



UNIVERSIDADE DE LISBOA

Faculdade de Medicina Veterinária

O CONSUMO DE CARNE BOVINA EM PORTUGAL NO CONTEXTO DA SUA CADEIA DE
VALOR: OS CASOS DA CARNALENTEJANA DOP E CARNE EM MODO DE PRODUÇÃO
BIOLÓGICO

MARTA PEIXEIRO LOPES ESTEVES

CONSTITUIÇÃO DO JÚRI

Doutor João Pedro Bengala Freire

Doutor Bernardo Manuel Teles
de Sousa Pacheco de Carvalho

Doutora Magda Alexandra Nobre
Martins Aguiar de Andrade Fontes

ORIENTADOR

Doutor Bernardo Manuel Teles
de Sousa Pacheco de Carvalho

2016

LISBOA



UNIVERSIDADE DE LISBOA

Faculdade de Medicina Veterinária

O CONSUMO DE CARNE BOVINA EM PORTUGAL NO CONTEXTO DA SUA CADEIA DE
VALOR: OS CASOS DA CARNALENTEJANA DOP E CARNE EM MODO DE PRODUÇÃO
BIOLÓGICO

MARTA PEIXEIRO LOPES ESTEVES

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM ENGENHARIA ZOOTÉCNICA/PRODUÇÃO ANIMAL

CONSTITUIÇÃO DO JÚRI

Doutor João Pedro Bengala Freire

Doutor Bernardo Manuel Teles
de Sousa Pacheco de Carvalho

Doutora Magda Alexandra Nobre
Martins Aguiar de Andrade Fontes

ORIENTADOR

Doutor Bernardo Manuel Teles
de Sousa Pacheco de Carvalho

2016

LISBOA

Agradecimentos

Quero agradecer em primeiro lugar à minha família, aos meus pais, aos meus irmãos e ao meu avô pela paciência, pelo apoio e pelos sacrifícios feitos para que tudo isto fosse possível. Aos meus avós com quem gostaria também de partilhar este momento e que sei que me apoiam onde quer que estejam.

À minha mãe por me guiar quando precisava e quando as incertezas eram muitas, ao meu pai que nunca me questionou e sempre confiou em mim, à minha irmã que sempre foi a minha melhor amiga e que tem muita paciência para mim, ao meu irmão que gosta imenso de me atrapalhar quando lhe peço um pouco de silêncio e ao meu avô que sempre pediu por mim.

Quero agradecer ao professor Bernardo Pacheco de Carvalho por todo o tempo disponibilizado e pela orientação pois mesmo quando o tempo era curto, sempre se arranjava uma hora ou duas para trabalhar. Pela oportunidade que me deu de realizar o projecto com as escolas onde sempre fui muito bem recebida e onde aprendi muito com as crianças.

Tenho de agradecer a todas as pessoas que participaram nos inquéritos realizados e às escolas Santo Amaro, Raúl Lino, Alexandre Rodrigues Ferreira, Ave-maria e principalmente à escola Academia de Música de Santa Cecília que me formou e me fez, em parte, a pessoa que sou hoje. Agradeço a todas pela maravilhosa recepção e pelo vosso tempo, que mesmo sendo curto sempre estiveram disponíveis para ajudar e participar neste projecto.

Não posso deixar também de agradecer às minhas amigas que sempre estiveram presentes para me ajudar e apoiar e que fazem parte da minha vida e de quem sou. Em especial gostaria de agradecer a duas delas: à Susana, por estar presente para mim nos melhores e nos piores momentos, por me guiar sempre que foi necessário e por ser a pessoa tão especial que é; à Isabel por me acompanhar nesta viagem quase desde o primeiro ano de licenciatura, por me ouvir a reclamar sempre que preciso e por ser a minha grande companhia nos últimos tempos.

Em geral a todos os que fizeram parte desta jornada desde o meu primeiro ano no Instituto Superior de Agronomia e que serão sempre uma parte de mim.

O consumo de carne bovina em Portugal no contexto da sua cadeia de valor: Os casos da Carnalentejana DOP e carne em modo de produção biológico

Resumo

A produção de carne bovina a nível mundial tem vindo a aumentar e as tendências recentes são para que esse crescimento continue. Se olharmos no entanto para dados disponíveis relativos à União Europeia e, em particular, a Portugal, podemos observar que a sua produção tem vindo a diminuir. Não obstante esse facto, a carne de bovino é um produto presente na dieta alimentar portuguesa e a sua produção é um sector de grande importância no nosso país. Em 2007, segundo o GPP, representou 25% do valor da produção animal atingindo uma média anual de 598 milhões de euros entre 2003 e 2005, constituindo cerca de 10,2% do total nacional da produção agrícola nesse mesmo período.

Com esta dissertação pretende analisar-se o consumo de carne bovina no contexto da sua cadeia de valor em termos gerais e, mais especificamente, o caso de Portugal, tendo a cidade de Lisboa como referência, dando destaque a dois tipos de carnes: a Carnalentejana DOP e a carne bovina em modo de produção biológico. Outro objectivo de referência para esta dissertação é conhecer de forma mais aprofundada o consumidor português de carne bovina e analisar o seu comportamento. Para esta análise foi feita inicialmente uma revisão bibliográfica sobre o sector a nível mundial, europeu e português. De seguida foi elaborado um inquérito ao consumidor que foi distribuído numa fase inicial através da internet e numa segunda fase através de cinco escolas que colaboraram no projecto desta dissertação entregando os inquéritos aos pais dos seus alunos. No total foram conseguidos 331 inquéritos. Nesta dissertação decidiu-se trabalhar os 152 inquéritos referentes às escolas.

Concluiu-se com este inquérito ao consumidor que o consumo de carne bovina por parte dos agregados familiares tem vindo a decrescer ao longo dos últimos cinco anos e que o consumidor se preocupa principalmente com os aspectos qualitativos da carne, o seu preço no mercado e o país de origem. A Carnalentejana DOP e a carne bovina em modo de produção biológico mostraram ser ainda nichos de mercado que representa uma pequena percentagem no total de carne bovina consumida e pelas quais os consumidores não estão dispostos a pagar um grande diferencial de preço mesmo tendo destas uma melhor imagem comparativamente à carne bovina convencional.

Palavras-chave: cadeia de carne bovina; Carnalentejana DOP; carne de modo de produção biológico; consumidor; mercado; produção.

Consumption of beef in Portugal taking into account its value chain: Carnalentejana DOP and organic production

Abstract

The global production of beef has been increasing in recent years and it is expected that this growth will continue. It is, however, important to note that if we take a closer look at the available data on the European Union and in particular for Portugal we can see that here beef production has actually declined. Beef remains an important product in the portuguese diet and beef production continues to be a sector which is extremely important having represented in 2007, according to the GPP, 25% of animal production value and reaching an annual average of EUR 598 million between 2003 and 2005, composing about 10.2% of the national total agricultural production in the same period.

With this dissertation one of the main objectives is to analyse the global and European consumption of beef in the context of its value chain and, more specifically, the Portuguese case with Lisbon as reference. Here we highlight two types of meat: the beef brand Carnalentejana DOP and organic beef. Another major goal of this dissertation is to evaluate and study the portuguese beef consumer and analyze their respective behaviour. For this analysis it is conducted an initial literature review on the sector with three different perspectives - worldwide, european and portuguese. Then it is designed and applies a consumer survey which was initially distributed through the internet and, in a second stage, throughout five schools that cooperated with the project by delivering the surveys to the parents of their students. In total, 331 inquiries were achieved. However, in this dissertation we restrict our analysis to the data collected from the schools, totalling 152 inquiries.

It was concluded with this consumer survey that beef consumption in Portuguese households has declined over the past five years and that the consumer is primarily concerned with the qualitative aspects of the meat, its market price and the country of origin. The Carnalentejana DOP and the organic beef proved to still be a niche market, representing but a small share of the total beef consumed. Consumers also do not seem willing to pay a large price differential, even with the improved image of the products in question when compared with conventional beef.

Keywords: beef chain; Carnalentejana DOP; consumer; market; organic meat; production

Índice

Agradecimentos.....	i
Resumo	ii
Abstract	iii
Índice	iv
Lista de Figuras.....	vii
Lista de abreviaturas	xiii
1. Introdução	1
1.1 Objectivos definidos	3
1.2 Questões a analisar	3
Parte I – Descrição do Sector.....	4
2. Cadeia de carne bovina.....	4
2.1 Produção	5
2.1.1 Produção Mundial.....	5
2.1.2 Produção na União Europeia	7
2.1.3 Produção em Portugal	9
2.2 Sistemas de produção	12
2.2.1 Transporte de bovinos vivos.....	14
2.3 Indústria de abate	14
2.3.1 Classificação.....	15
2.3.2 Cadeia de abate.....	17
2.3.3 Transporte.....	22
2.4 Distribuição.....	22
2.5 Comercialização.....	23
2.5.1 Comercialização Mundial.....	24
2.5.2 Comercialização na União Europeia	25
3. Mercado de carne bovina em Portugal	29
3.1 Consumo Nacional.....	30
3.2 Preços Nacionais	33
3.3 Exportações e Importações.....	35
4. Carne de Bovino.....	38
4.1 Bovinos de carne	38
4.2 Qualidade.....	38
4.3 Certificações.....	41

4.3.1	Denominação de Origem Protegida	42
4.3.2	Indicação Geográfica Protegida	42
4.3.3	Especialidade Tradicional Garantida	42
5.	Estudos de casos – Produção de bovinos de raça Alentejana e produção de bovinos em modo de produção biológico	44
5.1	Estudo de caso – A Carnalentejana DOP.....	44
5.1.1	Padrão da raça.....	45
5.1.2	Crescimento.....	48
5.1.3	Reprodução.....	49
5.1.4	Sanidade	50
5.1.5	Sistema de produção	50
5.1.6	Carnalentejana S.A.	50
5.1.6.1	Mercado da Carnalentejana DOP.....	51
5.2	Estudo de Caso – Produção de bovinos em modo biológico	53
5.2.1	Regulamentação do modo de produção biológico	54
5.2.2	Padrão de produção animal em modo biológico.....	54
5.2.3	Alimentação.....	55
5.2.4	Reprodução.....	56
5.2.5	Sanidade	56
5.2.6	Sistema de produção	57
5.2.7	Mercado de produtos biológicos	57
5.2.7.1	Mercado de carne em modo de produção biológico	59
5.2.8	Rotulagem	60
Parte II – Trabalho Prático		61
6.	Metodologia.....	61
7.	Resultados e Discussão.....	64
7.1	Caracterização da amostra	64
7.2	Comportamento dos consumidores de carne bovina.....	74
7.3	Comportamento dos consumidores de carne bovina Carnalentejana DOP	77
7.4	Comportamento dos consumidores de carne bovina em modo de produção biológico	82
8.	Conclusões:.....	88
9.	Bibliografia.....	90
Anexo 1 – Inquérito realizado ao consumidor		96

Anexo 2 - Comparação dos resultados obtidos nos dois inquéritos realizados aos consumidores de carne bovina.....	101
Anexo 3 – Inquérito realizado on-line ao consumidor.....	148

Lista de Figuras

Figura 1 – Produção mundial dos principais tipos de carnes.....	6
Figura 2- Fornecimento de carne (kg/capita/ano) por grupo de países	6
Figura 3 - Evolução dos preços nacionais na produção de novilhos de 12-18 meses de idade	34
Figura 4 - Classificação de atributos de qualidade.....	40
Figura 5 - Símbolos de identificação de produtos agrícolas certificados – DOP, IGP e ETG (da esquerda para a direita)	41
Figura 6 - Bovinos de raça Alentejana	46
Figura 7 - Distribuição dos efectivos bovinos Alentejanos	47
Figura 8 - Logótipo da carne de qualidade específica Carnalentejana DOP	51
Figura 9 - Eurofolha - Logótipo biológico da UE.....	60

Lista de tabelas

Tabela 1 – Evolução de reses abatidas em Portugal	11
Tabela 2 - Explorações de bovinos em Portugal nas especialidades de carne	13
Tabela 3 - Evolução do consumo de carne bovina na União Europeia	26
Tabela 4 - Consumo <i>per capita</i> (kg/hab/ano) de carne bovina (equivalente carcaça) em Portugal	30
Tabela 5 – Índice de preços nacionais no consumidor de carne bovina (ano base 2008)	34
Tabela 6 - Evolução da produção em modo biológico em Portugal (área de agricultura/efectivos bovinos/produtores de bovinos).....	54
Tabela 7 – Número de animais por hectare de acordo com a idade.....	55
Tabela 9 – Frequência de consumo do agregado familiar de alguns bens alimentares (por semana)	67
Tabela 10 – Frequência de consumo do agregado familiar de diferentes tipos de carnes (por semana)	69
Tabela 11 - Quantidades consumidas pelo agregado familiar de alguns bens alimentares (por semana)	70
Tabela 12 – Quantidades consumidas pelo agregado familiar de alguns bens alimentares (por semana)	70
Tabela 13 – Quantidades consumidas pelo agregado familiar de diferentes tipos de carnes (por semana)	71
Tabela 14 – Motivos de compra de carne bovina	75
Tabela 15 – Aspectos relevantes no momento de compra de carne bovina	76
Tabela 16 – Origem da carne bovina consumida	76
Tabela 17 – Aspectos que favorecem a carne da marca Carnalentejana	79

Tabela 18 - Consumo de Carnalentejana de acordo com o nível de ensino do principal responsável do agregado familiar	81
Tabela 19 - Consumo de Carnalentejana de acordo com as despesas totais dos agregados familiares ..	81
Tabela 20 – Aspectos que favorecem a carne bovina em modo de produção biológico	85
Tabela 21 - Consumo de carne bovina de modo de produção biológico de acordo com o nível de ensino do principal responsável do agregado	87
Tabela 22 - Consumo de carne bovina de modo de produção biológico de acordo com as despesas totais dos agregados	87
Tabela 23 - Frequência de consumo de Bens Alimentares do agregado familiar – Inquérito 2	109
Tabela 24 - Frequência de consumo de Bens Alimentares do agregado familiar – Inquérito 1	110
Tabela 25 - Frequência de consumo do agregado familiar relativamente a diferentes tipos de carnes – Inquérito 2	111
Tabela 26 - Frequência de consumo do agregado familiar relativamente a diferentes tipos de carnes – Inquérito 1	111
Tabela 27 - Quantidades consumidas de bens alimentares pelos agregados familiares por semana – Inquérito 2	113
Tabela 28 - Quantidades consumidas de bens alimentares pelos agregados familiares por semana – Inquérito 1	114
Tabela 29 - Quantidades consumidas de bens alimentares pelos agregados familiares – Inquérito 2 ..	115
Tabela 30 - Quantidades consumidas de bens alimentares pelos agregados familiares – Inquérito 1 ..	115
Tabela 31 - Quantidades consumidas de diferentes tipos de carnes pelos agregados familiares – Inquérito 2	116
Tabela 32 - Quantidades consumidas de diferentes tipos de carnes pelos agregados familiares – Inquérito 1	117
Tabela 33 - Motivos de compra de carne bovina – Inquérito 2	123
Tabela 34 - Motivos de compra de carne bovina – Inquérito 1	123
Tabela 35 - Aspetos relevantes no momento de compra de carne bovina – Inquérito 2	124
Tabela 36 - Aspectos relevantes no momento de compra de carne bovina – Inquérito 1	125
Tabela 37 - Origem da carne bovina consumida – Inquérito 2.....	126
Tabela 38 - Origem da carne bovina consumida – Inquérito 1	126
Tabela 39 - Aspectos que favorecem a carne da marca Carnalentejana – Inquérito 2.....	131
Tabela 40 - Aspectos que favorecem a carne da marca Carnalentejana – Inquérito 1	132
Tabela 41 - Aspectos que favorecem a carne bovina de modo de produção biológico – Inquérito 2 ..	141
Tabela 42 - Aspectos que favorecem a carne bovina de modo de produção biológico – Inquérito 1 ..	142

Lista de Gráficos

Gráfico 1 - Evolução da produção mundial de carne bovina.....	5
Gráfico 2 - Dez principais produtores mundiais de carne bovina em 2010.....	7
Gráfico 3 - Evolução do efectivo bovino na União Europeia.....	8
Gráfico 4 - Evolução da produção de carne bovina na União Europeia	8
Gráfico 5 - Dez principais produtores de carne bovina na União Europeia em 2013	9
Gráfico 6 - Evolução do efectivo de vacas aleitantes em Portugal	10
Gráfico 7 - Efectivo de vacas aleitantes em Portugal.....	13
Gráfico 8 - Abates classificados de bovinos por categoria.....	15
Gráfico 9 - Abates de bovinos aprovados para consumo em 2011	17
Gráfico 10 - Evolução do consumo mundial de carne bovina	24
Gráfico 11- Evolução do consumo de carne bovina na União Europeia.....	25
Gráfico 12 - Importação de carne bovina da União Europeia (incluindo carne desossada)	27
Gráfico 13 - Exportações de carne bovina da União Europeia (incluindo carne desossada)	28
Gráfico 14 - Consumo <i>per capita</i> (kg/hab/ano) de carne bovina em Portugal	31
Gráfico 15 - Grau de auto aprovisionamento de carne de bovino em Portugal	32
Gráfico 16 - Evolução da entrada de carne de bovino em Portugal	35
Gráfico 17 - Evolução da saída de carne de bovino de Portugal	36
Gráfico 18 - Evolução do número de fêmeas inscritas no Livro de Adultos e exploradas em linha pura	48
Gráfico 19 - Composição do agregado familiar.....	64
Gráfico 20 - Composição do agregado familiar de acordo com o género	65
Gráfico 21 – Principal responsável do agregado familiar	65
Gráfico 22 - Idades do agregado familiar.....	66
Gráfico 23 - Habilitações literárias do principal responsável do agregado familiar	66
Gráfico 24 - Habilitações literárias do agregado familiar	67
Gráfico 25 - Frequência de consumo do agregado familiar de alguns bens alimentares (por semana)..	68
Gráfico 26 - Frequência de consumo do agregado familiar de diferentes tipos de carnes (por semana)	69
Gráfico 27 - Despesas mensais do agregado familiar	73
Gráfico 28 - Total de despesas mensais do agregado familiar.....	73
Gráfico 29 - Frequência de compra de carne bovina (semanal)	74

Gráfico 30 - Evolução do consumo de carne bovina nos últimos 5 anos	74
Gráfico 31 - Conhecimento da marca Carnalentejana.....	77
Gráfico 32 - Consumo de carne da marca Carnalentejana	77
Gráfico 33 - Representatividade do consumo mensal de carne bovina da marca Carnalentejana	78
Gráfico 34 - Imagem da marca Carnalentejana segundo os respondentes	78
Gráfico 35 - Disponibilidade da marca Carnalentejana no local de compras habitual	80
Gráfico 36 - Disposição do diferencial de preço a pagar pela marca Carnalentejana	80
Gráfico 37 – Conhecimento do consumidor da carne em modo de produção biológico.....	82
Gráfico 38 - Consumo de carne em modo de produção biológico.....	82
Gráfico 39 - Tipo (s) de carne (s) em modo de produção biológico consumida(s).....	83
Gráfico 40 - Representatividade do consumo mensal de carne bovina em modo de produção biológico	84
Gráfico 41 – Imagem da carne bovina em modo de produção biológico segundo os respondentes	84
Gráfico 42 - Disponibilidade da carne bovina em modo de produção biológico no local de compras habitual.....	86
Gráfico 43 - Disposição do diferencial de preço a pagar pela carne bovina em modo de produção biológico.....	86
Gráfico 44 - Composição dos agregados familiares – Inquérito 2.....	103
Gráfico 45 - Composição dos agregados familiares – Inquérito 1.....	103
Gráfico 46 - Composição do agregado familiar de acordo com o sexo- Inquérito 2	104
Gráfico 47 - Composição do agregado familiar de acordo com o sexo – Inquérito 1.....	104
Gráfico 48 - Principal responsável do agregado familiar – Inquérito 2	105
Gráfico 49 – Principal responsável do agregado familiar – Inquérito 1.....	105
Gráfico 50 - Idades do agregado familiar – Inquérito 2	106
Gráfico 51 – Idades do agregado familiar – Inquérito 1	106
Gráfico 52 - Habilitações literárias do principal responsável do agregado familiar – Inquérito 2	107
Gráfico 53 - Habilitações literárias do agregado familiar – Inquérito 2.....	108
Gráfico 54 - Habilitações literárias do agregado familiar – Inquérito 1.....	108
Gráfico 55 - Despesas mensais do agregado familiar por mês – Inquérito 2	118
Gráfico 56 - Despesas mensais do agregado familiar por mês – Inquérito 1	118
Gráfico 57 - Total de despesas mensais do agregado familiar – Inquérito 2.....	119
Gráfico 58 - Total de despesas mensais do agregado familiar – Inquérito 1	120

Gráfico 59 - Frequência de compra de carne bovina por semana – Inquérito 2	120
Gráfico 60 - Frequência de compra de carne bovina por semana – Inquérito 1	121
Gráfico 61 - Evolução do consumo de carne bovina – Inquérito 2.....	122
Gráfico 62 - Evolução do consumo de carne bovina – Inquérito 1.....	122
Gráfico 63 - Conhecimento da marca Carnalentejana – Inquérito 2.....	127
Gráfico 64 - Consumo de Carnalentejana – Inquérito 2.....	127
Gráfico 65 - Conhecimento da marca Carnalentejana – Inquérito 1	128
Gráfico 66 - Consumo de Carnalentejana – Inquérito 1.....	128
Gráfico 67 - Representatividade do consumo de carne bovina da marca Carnalentejana – Inquérito 2	129
Gráfico 68 - Frequência de consumo de carne bovina da marca Carnalentejana – Inquérito 1.....	129
Gráfico 69 - Imagem da marca de carne bovina Carnalentejana segundo os respondentes – Inquérito 2	130
Gráfico 70 - Imagem da marca de carne bovina Carnalentejana segundo os respondentes – Inquérito 1	131
Gráfico 71 - Disponibilidade da Carnalentejana no local de compras habitual.....	133
Gráfico 72 - Diferencial de preço que os respondentes estão dispostos a pagar pela carne de marca Carnalentejana – Inquérito 2	134
Gráfico 73 - Diferencial de preço que os respondentes estão dispostos a pagar pela carne de marca Carnalentejana – Inquérito 1	134
Gráfico 74 - Conhecimento carne de modo de produção biológico – Inquérito 2.....	135
Gráfico 75 - Consumo carne de modo de produção biológico – Inquérito 2.....	135
Gráfico 76 - Conhecimento de carne de modo de produção biológico - Inquérito 1	136
Gráfico 77 - Consumo carne de modo de produção biológico - Inquérito 1	136
Gráfico 78 - Tipo de carne de modo de produção biológico consumida – Inquérito 2.....	137
Gráfico 79 - Tipo de carne de modo de produção biológico consumida (exceptuando carne de bovino) – Inquérito 1	138
Gráfico 80 - Consumo de carne bovina de modo de produção biológico – Inquérito 1.....	138
Gráfico 81 - Representatividade do consumo de carne bovina de modo de produção biológico – Inquérito 2	139
Gráfico 82 - Frequência de consumo de carne bovina de modo de produção biológico – Inquérito 1	139
Gráfico 83 – Imagem da carne bovina de modo de produção biológico segundo os respondentes – Inquérito 2	140
Gráfico 84 - Imagem da carne bovina de modo de produção biológico segundo os respondentes – Inquérito 1	141

Gráfico 85 - Disponibilidade da carne bovina de modo de produção biológico no local de compra habitual de bens alimentares – Inquérito 2	143
Gráfico 86 - Disponibilidade da carne bovina de modo de produção biológico no local de compra habitual de bens alimentares – Inquérito 1	143
Gráfico 87 - Diferencial de preço que os respondentes estão dispostos a pagar por carne bovina de modo de produção biológico – Inquérito 2.....	144
Gráfico 88 - Diferencial de preço que os respondentes estão dispostos a pagar por carne bovina de modo de produção biológico – Inquérito 1	145

Lista de abreviaturas

ACBRA – Associação dos Criadores de Bovinos da Raça Alentejana

APED – Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição

CE – Comissão Europeia

CE-DGAGR - Comissão Europeia – Direcção-Geral da Agricultura e Desenvolvimento Rural

CISEP – Centro de Investigação sobre Economia Portuguesa

DGADR – Direcção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural

DOP – Denominação de Origem Protegida

ETG – Especialidade Tradicional Garantida

EUROSTAT – European statistics

FAO – Food and agriculture organization of the United Nations

FAOSTAT – Food and agriculture organization of the United Nations. Statistics Division

GPP – Gabinete de Planeamento e Políticas

IGP – Indicação Geográfica Protegida

INE – Instituto Nacional de Estatística

MPB – Modo de produção biológico

OCDE – Organisation for Economic Co-operation and Development

OMAIAA – Observatório dos Mercados Agrícolas e Importações Agro-Alimentares

PTQC – Produtos Tradicionais de Qualidade na Região Centro

UE – União Europeia

1. Introdução

Em Portugal a produção de bovinos e de carne, mais especificamente, representa um importante sector de actividade no âmbito da actividade agrícola. O estudo do consumo de carne, a sua evolução no tempo e tendência de futuro, é sempre elemento de maior importância para perspectivar o futuro do sector produtivo e de toda a cadeia de valor. O facto de termos nos últimos anos um mercado com grande inovação nesta área, é motivo de análise e de investigação, no sentido de se melhor conhecer a realidade actual e os desafios dos próximos tempos.

No seio do sector animal, no ano de 2005, o sector da carne registou um valor de 1 883 milhões de euros repartidos pelos seus vários sub-sectores, representando então a carne bovina cerca de 25% das produções animais (GPP, 2007). De acordo com o OMAIAA (2012), em 2010 o sector nacional de produção de carne de bovino representou cerca de 10% do volume produzido de carnes em Portugal. Com o passar do tempo e com a evolução dos meios de comunicação, o consumidor tem vindo a mostrar-se mais interessado na qualidade da carne que consome e na sua origem (Magkos et al, 2006). Actualmente a segurança alimentar, como definida por Carvalho e Costa (2011), pode ser entendida como sendo a "garantia de acesso físico e económico a alimentação saudável e adequada de forma contínua e permanente" tendo esta um conjunto de dimensões indispensáveis (disponibilidade; acesso; consumo/qualidade, nutrição e utilização; e ainda estabilidade – com baixa vulnerabilidade dos sistemas).

De acordo com Freitas e Pena (2007), o conceito de segurança alimentar envolve “a qualidade dos alimentos, as condições ambientais para a produção, o desenvolvimento sustentável e a qualidade de vida para a população”. Para a maioria dos consumidores nos Estados Unidos e da Europa a preocupação principal é com a qualidade dos produtos alimentares, preocupação esta que se tem vindo a intensificar nos últimos anos provocando um debate acerca sobre a integridade e segurança dos produtos consumidos (Magkos et al, 2006), o que significa claramente uma preocupação dominante com a segurança dos alimentos. A criação da EFSA-European Food Safety Authority em 2002 na Europa é bem representativa desta postura e preocupação dominante dos consumidores europeus. Contudo, a definição “oficial” aprovada no âmbito das Nações Unidas em 1996, pelos chefes de governo e de Estado que ocorre em Roma (“World Food Summit”) define segurança alimentar como: “Food security exists when all people, at all times, have access to suficiente, safe and nutritious food to meet

their dietary needs and food preferences for na active na healthy life” (FAO, citado por Carvalho e Costa, 2011).

Segundo Verbeka (2000) e Aumeitra (1999), citados por Banovic et al (2009), a carne constituía, tradicionalmente, uma componente básica da cultura alimentar da Europa-Occidental e tem sido relacionada com a noção de riqueza, alimentação adequada, que contribui para a força, saúde, longevidade e o bem-estar do homem. De acordo com o EUROSTAT (2008), na União Europeia (EU 15), a carne representava a maior proporção de gastos com alimentação das famílias, o que em Portugal representava cerca de 26% da despesa total de alimentos. (Banovic et al, 2009). Dados mais recentes do INE (2012) indicam que nos anos de 2010/2011 esta despesa representou cerca de 25%.

A nível mundial o consumo de carne tem aumentado nos últimos anos e é provável que este cenário se mantenha. A influência de factores como o rendimento e hábitos alimentares tem tendência a decrescer com o nível de desenvolvimento ao longo do tempo. De acordo com (Henchion et al, 2014) este será o caso para que outros factores, como a qualidade, se venham a tornar mais importantes. Os consumidores estão cada vez mais cuidadosos com o que comem, e, do lado da oferta, as empresas de alimentos estão a adoptar estratégias destinadas a novas procuras no mercado no que respeita a produtos alimentares. Segundo Banterle e Ricci (2013) a recente procura emergente por atributos de produtos alimentares relacionados com a sustentabilidade ambiental expressa o interesse dos consumidores pelas questões ambientais e, ao mesmo tempo, podem representar uma oportunidade para os produtores. Nesse sentido, a diferenciação do produto pode constituir uma valiosa estratégia para consolidar ou reforçar uma posição firme num mercado em que a concorrência aumenta continuamente, como é o de produtos alimentares (Banterle et al, 2012).

A insatisfação em relação aos alimentos convencionais e ao processo de produção intensiva fez com que muitos consumidores procurassem os alimentos biológicos como uma alternativa para a sua alimentação (Cruz, 2011), como são exemplo as carnes de modo de produção biológico assim como as carnes produzidas em regimes mais extensivos.

Portugal tem condições climatéricas favoráveis e raças autóctones reconhecidas o que permite poder optar por uma estratégia que invista noutros factores críticos de sucesso que não o preço, onde tenha alguma vantagem competitiva. Esta reorientação torna-se cada vez mais necessária à medida que os consumidores têm uma cada vez maior heterogeneidade de produtos alimentares ao seu dispor, adquirindo uma atitude mais exigente e responsável sobre questões de ambiente, bem-estar animal e de saúde pública (Santos, 2000).

Tendo em conta a importância da carne bovina na dieta alimentar da maioria da população portuguesa, este trabalho tem como objectivo a caracterização do consumo da mesma no contexto da sua cadeia de valor. Uma vez que o interesse pela produção nacional tem crescido, entendeu-se que seria importante, para uma melhor caracterização do sector, abordar o caso geral e a caracterização dos sistemas de produção mas, muito em particular, a produção para nichos de mercado específicos, como é o caso da Carnalentejana DOP (organização da produção em associações, desenvolvimento de marca própria), e do mercado da carne bovina de modo de produção biológico.

1.1 Objectivos definidos

O principal objectivo da dissertação é a caracterização do consumo de carne bovina na alimentação dos consumidores portugueses, mais em particular da região de Lisboa. Em particular e devido ao seu factor de inovação, pretende conhecer-se a importância da carne bovina de qualidade específica Carnalentejana DOP e da carne bovina de modo de produção biológico na alimentação e no mercado global.

1.2 Questões a analisar

As questões que se pretendem analisar são as seguintes:

- Conhecer a evolução do consumo de carne bovina por parte dos consumidores portugueses tendo em conta que esta carne enfrenta actualmente uma grande pressão da comunicação social com o “ónus negativo” do ponto de vista da relação alimentação-saúde;
- Com as importações de carne bovina a aumentarem no nosso país no ano 2014, pretende saber-se qual a tendência de compra do consumidor no que respeita à origem da carne bovina consumida;
- Um dos principais pontos da dissertação está focado nas carnes diferenciadas: a carne bovina Carnalentejana DOP e a carne de bovino de modo de produção biológico. Pretende saber-se, devido ao seu factor de inovação, qual a relevância das mesmas no mercado global;
- Qual a percepção de qualidade dos consumidores quanto a estas carnes diferenciadas e qual a sua disposição a pagar por uma suposta qualidade superior destes produtos;
- Por fim deseja-se saber através do consumidor se este tipo de produtos se encontra disponível no mercado mais visitado pelo consumidor (super e hipermercados).

Parte I – Descrição do Sector

2. Cadeia de carne bovina

No conjunto global das produções animais, a produção de carne, ocupa um lugar de grande importância. Para a produção mundial de carne comestível contribuem diversas espécies zootécnicas. Tradicionalmente, porém, é ao bovino produtor de carne que se atribui a maior relevância (Soares Costa, 2004).

Na cadeia de valor de carne de bovino podemos distinguir três diferentes sectores económicos presentes na elaboração do produto, sendo eles: o sector da produção, composto por explorações agrícolas que criam gado bovino; o sector da transformação, composto por intermediários que adquirem o gado bovino aos criadores fazendo eventualmente alguma engorda, o abate dos animais e a desmancha das carcaças em peças; e o sector da distribuição composto pela distribuição grossista e pelos comerciantes que vendem o produto final ao consumidor. Poderão existir situações em que a mesma entidade está presente em mais do que uma fase (nomeadamente na produção e na transformação), mas, na generalidade dos casos, a situação é a descrita atrás, com uma cadeia de produção em três fases separadas (CISEP, 2011). Na cadeia de carne bovina operam vários intervenientes como produtores, matadouros, distribuidores, logística, entre outros, tornando-se esta numa cadeia diversificada e importante na criação de valor (Riso, 2014).

Para uma correcta análise global da cadeia de valor de carne bovina em Portugal é necessário abordar temáticas como a Produção, a nível mundial, europeu e nacional; Sistemas de Produção; Transformação onde se define o sistema de abate dos animais; Distribuição; Mercado e Comercialização e Consumo. Entenda-se o conceito de cadeia de valor como o conjunto de acções realizadas, entre as quais se acrescenta valor, por vários agentes económicos para colocar um determinado produto à disposição do consumidor final (Kaplinksky & Morris, 2003, citados por Riso, 2014).

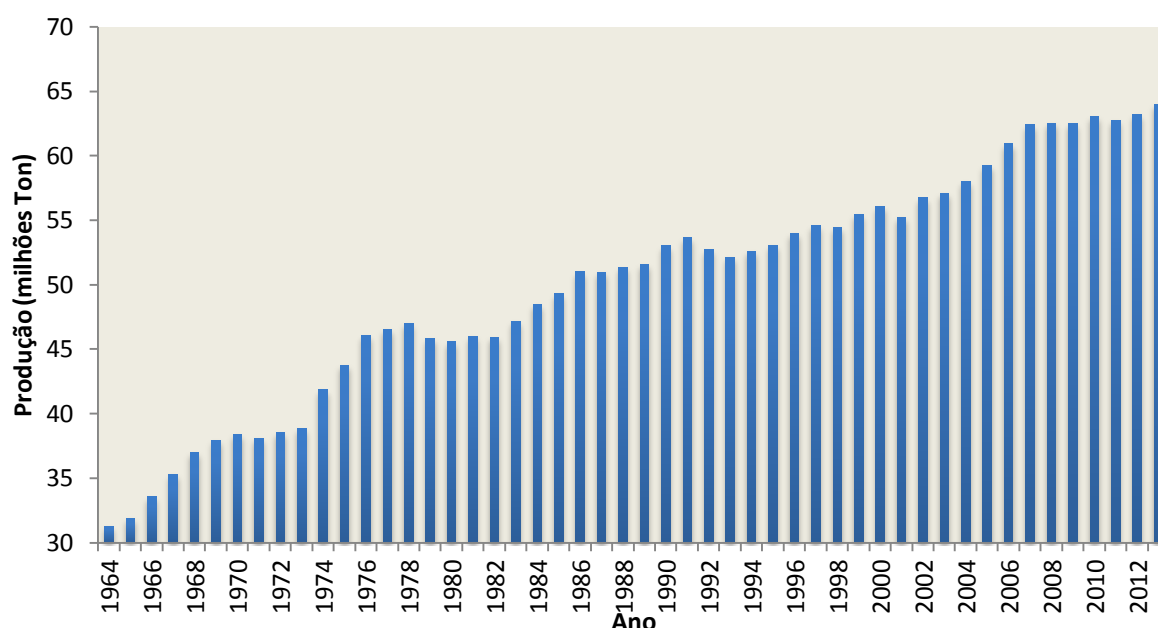
Assim, ao longo deste trabalho serão tratados, entre outros, todos estes pontos com o objectivo de uma caracterização o mais realista possível da cadeia de carne bovina em Portugal.

2.1 Produção

2.1.1 Produção Mundial

A produção mundial de carne bovina, segundo Desouzart (2013), tem vindo a crescer até 2012, e prevê-se uma continuação desse crescimento pelo menos até 2021. Apesar do visível crescimento da produção de carne bovina, pode observar-se no gráfico 1 algumas oscilações ao longo dos anos sendo que, em 2012, a produção foi cerca de 63,3 milhões de toneladas (FAOSTAT, 2015). Desde 2007 esta evolução na produção não tem sido tão acentuada.

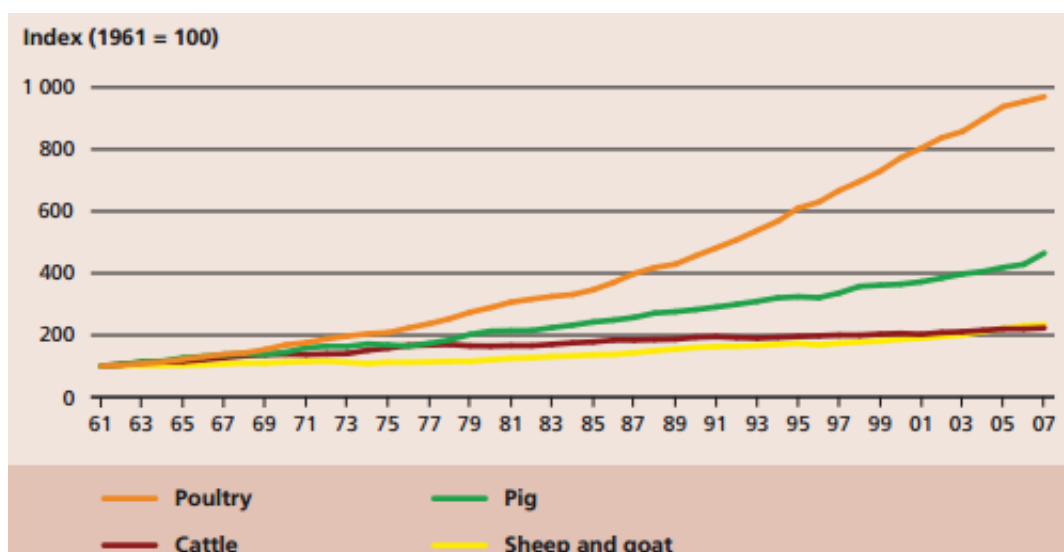
Gráfico 1 - Evolução da produção mundial de carne bovina



Fonte: FAOSTAT, 2015

Apesar do crescimento mundial na produção de carne bovina já referido, ao compararmos o mesmo com os crescimentos da produção de outras carnes como a carne de aves e suínos (figura 1), podemos observar que este não é tão acentuado como os anteriormente mencionados. Relativamente à carne de aves, esta teve um crescimento bastante mais marcado comparativamente à carne bovina. Quanto à produção mundial de carne suína esta também teve uma evolução superior à carne bovina mas bastante menos acentuada que a carne de aves.

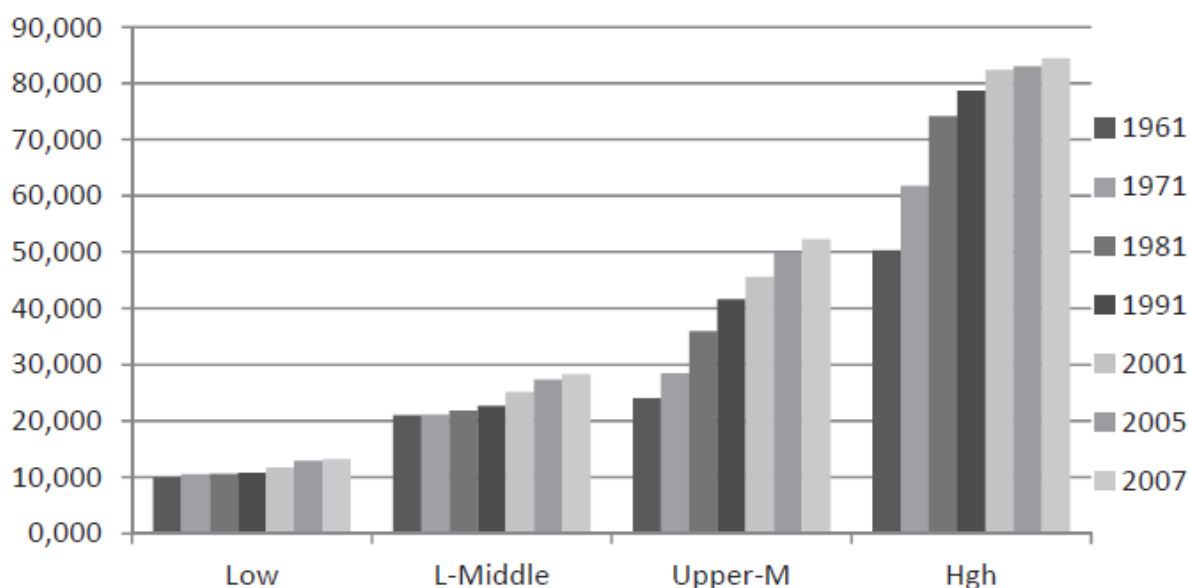
Figura 1 – Produção mundial dos principais tipos de carnes



Fonte: FAO (2009)

De acordo com Carvalho (2014) se compararmos países com diferentes níveis de desenvolvimento (baseando-nos no nível de rendimento *per capita* em cada país), podemos entender que no caso da carne (figura 2), a partir de determinado ponto de desenvolvimento, não é mais esperado um aumento de consumo. Adicionando a este facto a estabilização da população em muitas áreas desenvolvidas, conclui-se que os níveis de consumo irão estabilizar de acordo com os mercados locais.

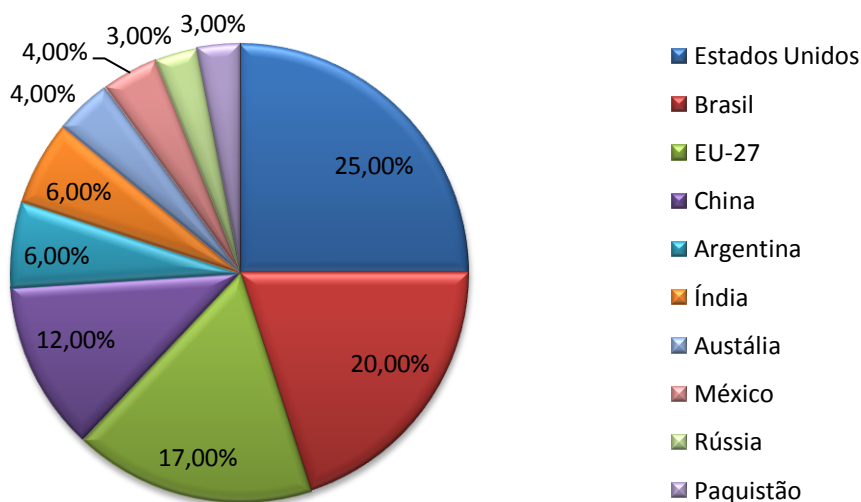
Figura 2- Fornecimento de carne (kg/capita/ano) por grupo de países



Fonte: Carvalho (2014) baseado em dados FAOSTAT (2011)

Os Estados Unidos da América (EUA) apresentam-se como os maiores produtores de carne de bovino a nível mundial, representando cerca de 25% do mercado mundial em 2010, seguidos por ordem decrescente do Brasil, União Europeia (UE), e China (gráfico 2) (Meyer S., Steiner L.,2010).

Gráfico 2 - Dez principais produtores mundiais de carne bovina em 2010



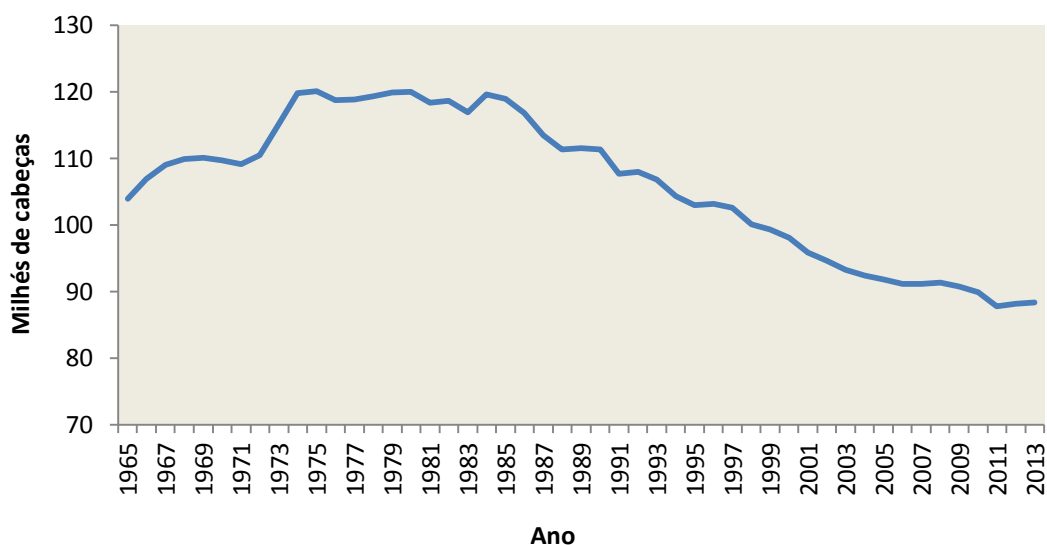
Fonte: Daily Livestock Report, 2010

Segundo Santos et al. (2007), citado por Silva (2010), o Brasil aproveitou a reestruturação da pecuária bovina na União Europeia, Estados Unidos da América e Canadá após o impacto causado pelos casos de BSE (Encefalopatia Espongiforme Bovina) a partir 2003, que levaram ao embargo das exportações de carne bovina destes países, para se posicionar, em 2004, como o principal exportador de carne bovina a nível mundial.

2.1.2 Produção na União Europeia

O efectivo bovino na União Europeia decresceu claramente a partir de 1985, nunca voltando a atingir os mesmos níveis; por consequência o efectivo de vacas aleitantes tem vindo também a diminuir mas de forma não tão acentuada (FAOSTAT,2015).

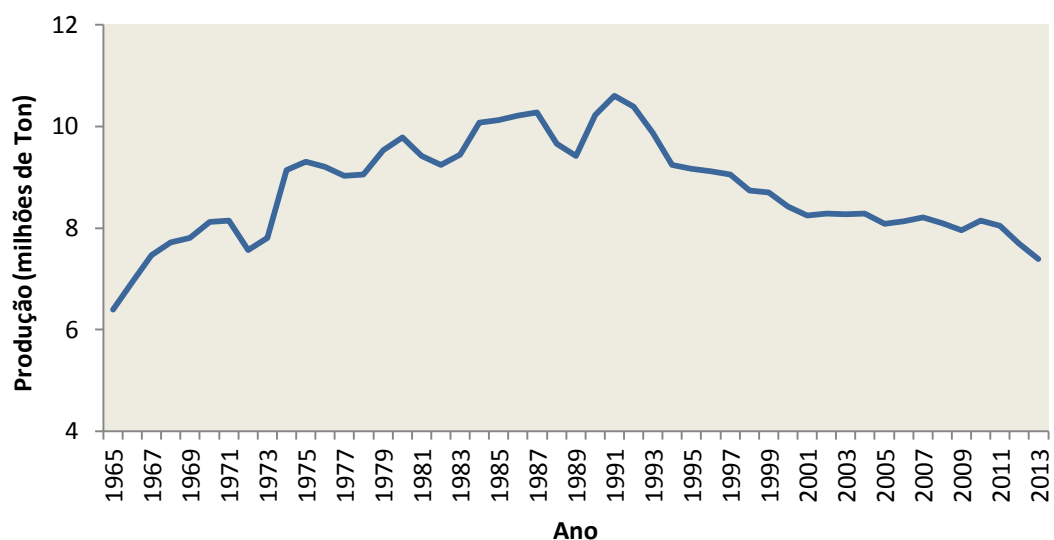
Gráfico 3 - Evolução do efectivo bovino na União Europeia



Fonte: FAOSTAT, 2015

Em 2013 a produção de carne bovina na Europa foi cerca de 7,4 milhões de toneladas sendo a França o maior produtor a nível da UE, seguida da Alemanha e Reino Unido (FAOSTAT, 2015).

Gráfico 4 - Evolução da produção de carne bovina na União Europeia

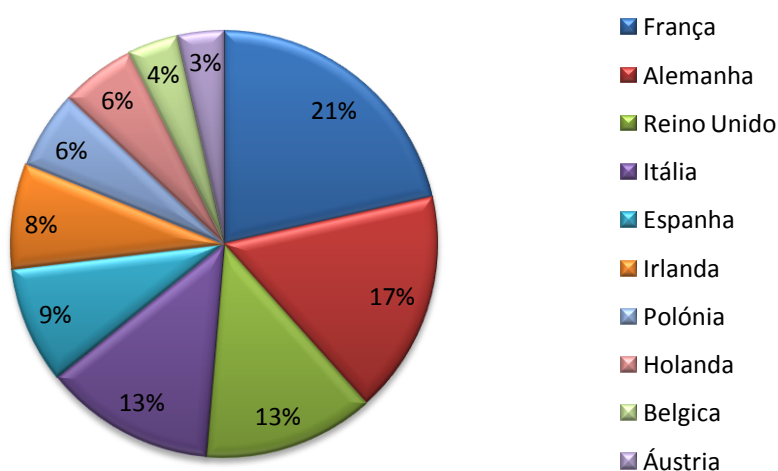


Fonte: FAOSTAT, 2015

Nos últimos anos tem-se assistido a uma diminuição na produção como se observa no gráfico 4. Além desta redução na produção, registou-se também uma diminuição no consumo, facto que está directamente ligado à crise económica que se faz sentir por toda a Europa (Costa, 2013).

Observa-se também, nos últimos anos, uma mudança no padrão de consumo do consumidor Europeu, começando este a consumir menos carne bovina mas de melhor qualidade. Como consequência de tal mudança nas preferências dos consumidores, começa a assistir-se a um melhoramento na informação sobre a origem das carnes (regimes de certificação; local de produção; sistema de produção; raça; etc.) (Costa, 2013).

Gráfico 5 - Dez principais produtores de carne bovina na União Europeia em 2013

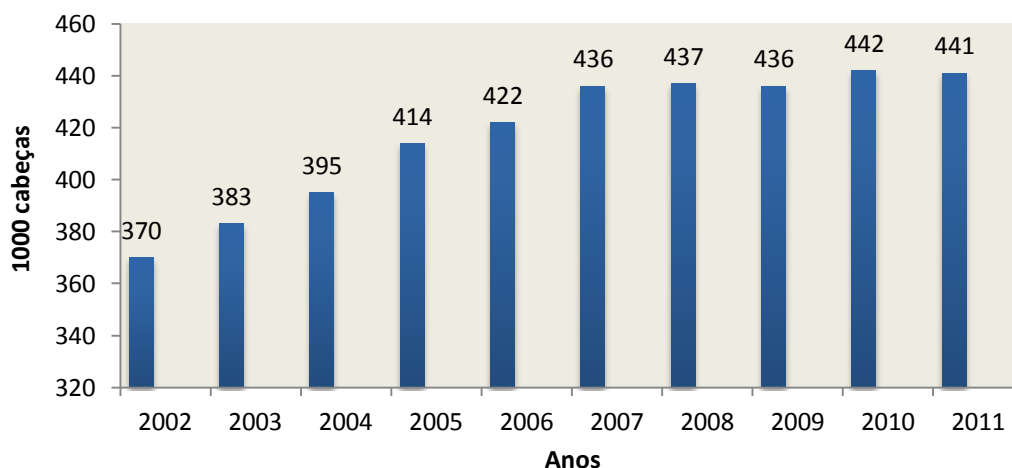


Fonte: FAOSTAT, 2015

2.1.3 Produção em Portugal

Portugal detinha em 2013 o 14º maior efectivo bovino da UE, com aproximadamente 1,471,000 cabeças (FAOSTAT, 2015), sendo que, em 2011 segundo o GPP (2012), aproximadamente 30% representam vacas aleitantes. Grande parte do efectivo nacional, cerca 38,9%, encontra-se na região do Alentejo (GPP, 2012).

Gráfico 6 - Evolução do efectivo de vacas aleitantes em Portugal



Fonte: GPP, 2012

A produção de bovinos de carne em Portugal realiza-se tradicionalmente em explorações especializadas na produção de vitelos como cria e em explorações de recria e engorda de acordo com o GPP (2007). Segundo a CE-DGAGR (2013), de 2000 a 2009, em média, as primeiras representaram cerca de 26% do total de explorações de bovinos em Portugal e as segundas 19% (Riso, 2014).

O sector nacional de produção de carne de bovino representou, em 2010, cerca de 10% do volume produzido de carnes em Portugal. A produção nacional de carne bovina tem variado nos últimos anos tendo registado uma diminuição de cerca de 15 % de 2008 para 2010 (OMAIAA, 2012). Este sector, de acordo com INE, no período de 2000 a 2012, a preços constantes, atingiu um valor, em média, de cerca de 458 milhões de euros anuais (Riso, 2014).

No ano 2012, no que à produção de carne bovina em Portugal diz respeito, atingiu-se o valor de 93 mil toneladas, um decréscimo de cerca de 3,1% em relação ao ano 2011 (INE, 2013). Já em 2013 voltamos a assistir a nova descida na produção com apenas 84 mil toneladas de carne de bovino (INE, 2014).

Tabela 1 – Evolução de reses abatidas em Portugal

Ano	Abatidos (cabeças)	Toneladas	Ano	Abatidos (cabeças)	Toneladas
1965	436,860.00	60,903.00	1989	488,492.00	114,568.00
1966	420,018.00	65,095.00	1990	505,577.00	116,411.00
1967	307,477.00	54,672.00	1991	542,165.00	126,928.00
1968	330,093.00	62,233.00	1992	531,993.00	123,610.00
1969	475,009.00	84,858.00	1993	497,585.00	116,698.00
1970	507,975.00	94,106.00	1994	381,656.00	95,164.00
1971	427,011.00	81,152.00	1995	396,706.00	103,613.00
1972	384,128.00	78,553.00	1996	391,134.00	98,893.00
1973	419,224.00	86,197.00	1997	464,978.00	108,987.00
1974	418,616.00	89,462.00	1998	411,813.00	96,026.00
1975	509,735.00	102,323.00	1999	412,797.00	97,435.00
1976	392,803.00	85,675.00	2000	417,384.00	99,980.00
1977	369,616.00	83,848.00	2001	397,682.00	95,428.00
1978	456,018.00	96,405.00	2002	438,823.00	105,700.00
1979	437,935.00	98,630.00	2003	433,865.00	104,842.00
1980	425,812.00	102,586.00	2004	468,788.00	118,335.00
1981	514,640.00	120,882.00	2005	480,684.00	117,987.00
1982	564,749.00	126,923.00	2006	438,997.00	105,276.00
1983	483,885.00	109,662.00	2007	374,760.00	91,243.00
1984	450,798.00	99,433.00	2008	449,442.00	108,540.00
1985	468,033.00	99,772.00	2009	446,082.00	102,995.00
1986	485,745.00	105,004.00	2010	402,297.00	93,159.00
1987	462,577.00	104,608.00	2011	414,857.00	96,004.00
1988	488,492.00	114,568.00	2012	408,694.00	92,988.00

Fonte: FAOSTAT, 2014

Segundo Santos (2000), confirma-se que há uma relação forte entre a procura de carne e os preços. Tal implica que, existindo produtos alternativos no mercado, o aumento de competitividade da produção nacional terá que passar, ou por uma redução dos preços (o que dada a estrutura nacional de custos, traz dificuldades), ou pela diferenciação valorizada pelo consumidor.

2.2 Sistemas de produção

No que respeita à caracterização deste sector, esta actividade pode ser analisada tendo em conta fundamentalmente duas fases distintas (GPP, 2007):

- “Explorações de produção de vitelos: constituídas por vacas reprodutoras (aleitantes ou leiteiras) e respectivo efectivo de substituição, e vitelos em desmame;
- Explorações de recria e engorda: constituídas por novilhos e novilhas não reprodutores, destinados a recria e acabamento até ao envio para abate.”

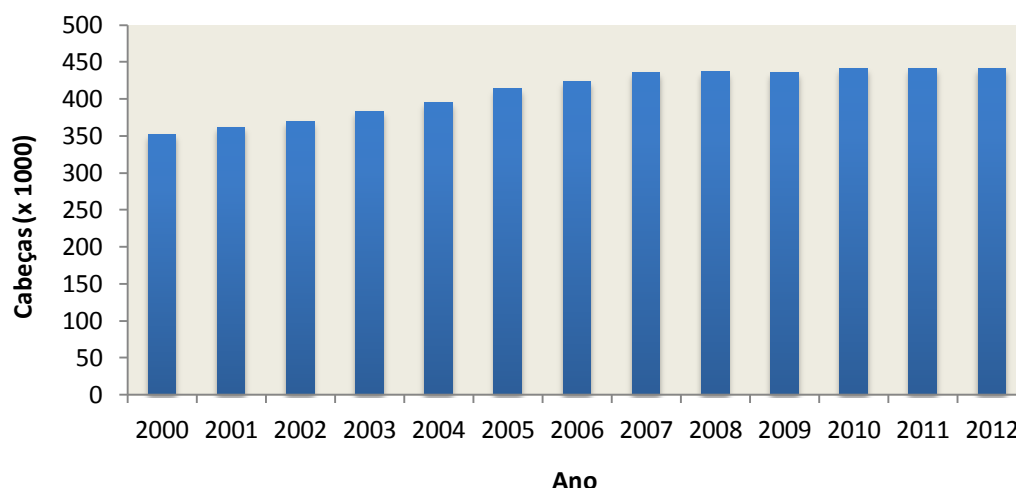
Em Portugal estas fases ocorrem maioritariamente em explorações especializadas em cada uma dessas finalidades, ainda que complementares (GPP, 2007).

De acordo com o INE (2013), citado por Riso (2014), o efetivo reprodutor total representou 63% do efetivo nacional de bovinos em 2012, que se traduziu em 961 mil animais nos quais se incluem fêmeas reprodutoras entre um e dois anos de idade, machos, novilhas reprodutoras, vacas leiteiras e vacas aleitantes com dois anos ou mais de idade.

A produção de vitelos é efectuada nos dois tipos de explorações já referidas. Encontramos por um lado as explorações de produção leiteira, nas quais os vitelos não são o produto principal mas representam uma pequena parte do rendimento global da exploração, e por outro, as explorações que têm como finalidade principal a produção de vitelos, geralmente designadas por explorações de vacas aleitantes (GPP, 2007).

O efectivo aleitante, segundo o GPP (2007), representava em 2005 cerca de 30% do total nacional de bovinos, com 402 000 animais em de Portugal Continental. De acordo com o INE (2013), citado por Riso (2014), durante o período de 2000 a 2012, o efectivo de vacas aleitantes aumentou aproximadamente 25% (89 mil cabeças).

Gráfico 7 - Efectivo de vacas aleitantes em Portugal



Fonte: INE, 2001-2010, 2011-2013 citado por Riso, 2014

O efectivo de recria e engorda, incluindo vitelos para abate, representava em 2005 cerca de 30% do efectivo bovino nacional, num total de 340 000 animais localizados em explorações, situadas predominantemente no: Entre Douro e Minho (33%); Ribatejo e Oeste (23%) e Alentejo (25%). No entanto, a maioria deste efectivo (58%) encontra-se em explorações intensivas, localizadas no Entre Douro e Minho, Ribatejo e Oeste e Beira Litoral, enquanto na região do Alentejo, este efectivo pertence predominantemente (91%) a explorações de regime extensivo (GPP 2007).

Tabela 2 - Explorações de bovinos em Portugal nas especialidades de carne

Anos	Cria	Recria e engorda	Total
2000	3.320	3.260	6.580
2001	4.100	2.810	6.910
2002	4.270	3.120	7.390
2003	3.870	3.790	7.660
2004	3.560	2.270	5.830
2005	2.700	2.910	5.610
2006	4.010	2.150	6.160
2007	4.400	1.320	5.720
2008	3.540	2.010	5.550
2009	3.850	3.060	6.910

Fonte: CE-DGADR, 2011, 2013 citado por Riso, 2014

2.2.1 Transporte de bovinos vivos

Segundo a Confederação dos Agricultores de Portugal (CAP) (2008), “os veículos para o transporte de animais vivos devem ser especificamente construídos para essa finalidade, de forma a evitar qualquer perigo de lesão ou sofrimento durante a movimentação dos mesmos. Antes do início da carga de animais no veículo, este deverá possuir alimento e água em quantidade suficiente para a duração da viagem. Após a garantia destas condições, torna-se necessário verificar se os bovinos estão aptos para serem movimentados, isto é, apenas os animais desprovidos de qualquer ferida, problema fisiológico ou patologia e de incapacidade de mobilidade autónoma poderão ser movimentados. Também não são elegíveis para transporte fêmeas gestantes cujo período de gestação tenha ultrapassado os 90%, fêmeas que pariram na semana anterior ao transporte, vitelos recém-nascidos com o umbigo por cicatrizar e vitelos com menos de dez dias caso a deslocação seja superior a 100 km. Os animais doentes ou feridos poderão ser movimentados desde que o transporte não signifique maior sofrimento para estes e que exista acompanhamento veterinário”. Os condutores de veículos destinados ao transporte de animais vivos deverão possuir um certificado de aptidão profissional, minimizar a duração da movimentação e, caso sejam viagens de longa duração, realizar paragens durante o percurso. Relativamente aos custos antes do abate, ficam a cargo dos produtores (Riso, 2014).

2.3 Indústria de abate

A indústria possui um papel fundamental na cadeia como garantia de segurança dos produtos alimentares por nós consumidos. Segundo Riso (2014), este papel passou a ser ainda mais relevante com as normas impostas pela UE aquando das crises sanitárias da BSE e febre aftosa do início da década de 2000.

De acordo com o GPP (2012), a maioria dos animais aprovados para consumo em Portugal no ano de 2011 foram Novilhos e Vitelos. Tem-se assistido, recentemente, a um aumento de abates aprovados para consumo de Bovinos leves, muito em parte graças ao marketing realizado à categoria Vitelão (Categoria Z. Carcaças ou peças provenientes de animais abatidos entre 8 e 12 meses de idade. Peso de carcaça até 240 kg (Regulamento (CE) Nº 700/2007 e Publicação de um pedido de alteração em conformidade com o artigo 6º, nº 2, do Regulamento (CE) Nº 510/2006)). As regiões de Entre-Douro-e-Minho e Ribatejo e Oeste são as áreas onde se registam maior número de abates de bovinos aprovados para consumo, cerca de 38,4% e 26,3% respectivamente, tendo em conta o número de cabeças (GPP, 2012).

2.3.1 Classificação

De acordo com o Regulamento (CE) N° 1183/2006, as carcaças de bovinos adultos são repartidas pelas seguintes categorias:

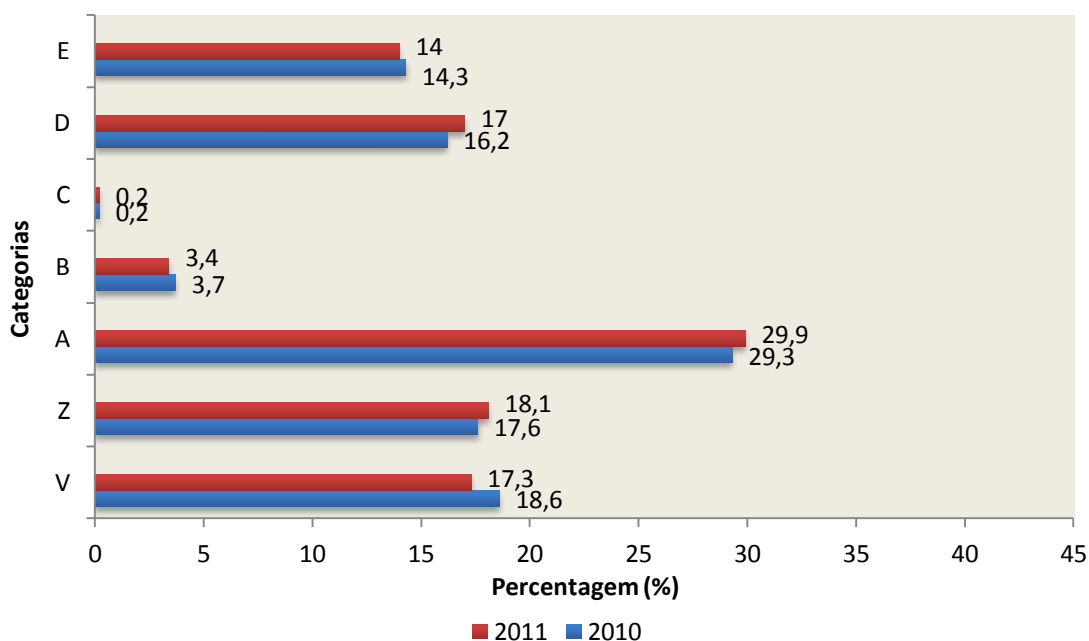
- “A – Carcaças de machos, não castrados, com menos de dois anos;
- B – Carcaças de outros machos não castrados;
- C – Carcaças de machos castrados;
- D – Carcaças de fêmeas que já tenham parido;
- E – Carcaças de outras fêmeas”

Podem ser também consideradas outras duas categorias para bovinos leves citadas pelo GPP (2012) com base no SNIRA/IFAP:

- V – Carcaças de animais com menos de oito meses;
- Z – Carcaças de animais com idade entre os 8 e 12 meses

Os machos não castrados, com menos de dois anos, novilhos (categoria A), representam a maior percentagem no que diz respeito a Abates Classificados de Bovinos por Categoria (gráfico 8) (GPP, 2012).

Gráfico 8 - Abates classificados de bovinos por categoria



Fonte: GPP, 2012

Os bovinos adultos podem ainda de acordo com o Regulamento (CE) N° 1183/2006 ser classificados segundo a sua Conformação e Estado da Gordura.

Para a avaliação da Conformação (desenvolvimento dos perfis da carcaça, nomeadamente das suas partes essenciais (coxa, dorso, pá)) existe a escala SEUROP onde se tem:

- **S** (Superior) - Todos os perfis extremamente convexos; desenvolvimento muscular excepcional com duplos músculos;
- **E** (Excelente) - Todos os perfis convexos a superconvexos; desenvolvimento muscular excepcional;
- **U** (Muito Boa) - Perfis em geral convexos; forte desenvolvimento muscular
- **R** (Boa) - Perfis em geral rectilíneos; bom desenvolvimento muscular;
- **O** (Razoável) - Perfis rectilíneos a côncavos; desenvolvimento muscular médio;
- **P** (Medíocre) - Todos os perfis côncavos a muito côncavos; reduzido desenvolvimento muscular.”

Para a avaliação do Estado da Gordura (quantidade de tecido adiposo no exterior da carcaça e na face interna da caixa torácica) existe uma escala de 1 a 5 onde se tem:

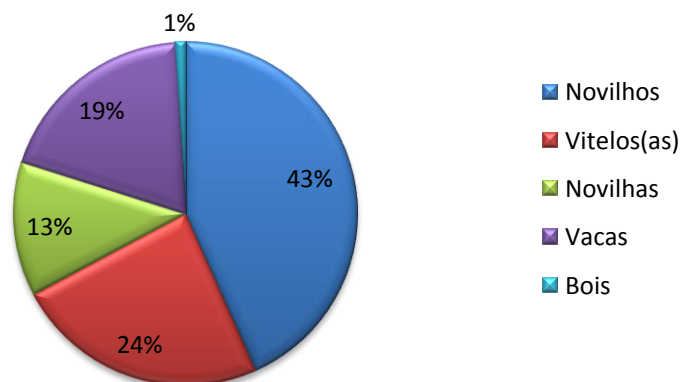
- **1** (Muito Fraca) - Gordura de cobertura inexistente a muito fraca;
- **2** (Fraca) - Leve cobertura de gordura, com músculos quase sempre aparentes;
- **3** (Média) - Músculos quase sempre cobertos de gordura, com excepção dos das coxas e da pá; reduzidos depósitos de gordura no interior da cavidade torácica;
- **4** (Forte) - Músculos cobertos de gordura, mas ainda parcialmente visíveis ao nível da coxa e da pá; alguns depósitos pronunciados de gordura no interior da cavidade torácica;
- **5** (Muito Forte) - Toda a carcaça coberta de gordura, depósitos substanciais de gordura no interior da cavidade torácica.”

(Regulamento (CE) N° 1183/2006).

A maior percentagem de bovinos adultos abatidos em 2011 foi classificada com R2; 30,8% como R para a classificação de conformação e 69,1% como 2 para a classificação de gordura. Os novilhos, pertencentes aos bovinos adultos, classificados como R, representaram 34,8% do total de novilhos abatidos. Nas novilhas o mesmo se verifica sendo a maior percentagem classificada como R quanto à conformação. Relativamente a outros machos não castrados

mais velhos e machos castrados, há uma maioria classificada como O, enquanto nas fêmeas que já pariram mais de 50% é classificada como P (GPP, 2012).

Gráfico 9 - Abates de bovinos aprovados para consumo em 2011



Fonte: GPP, 2012

2.3.2 Cadeia de abate

Segundo Gil (2000), citado por Reis (2011), um matadouro é uma empresa do sector alimentar, aprovado e homologado pelos serviços competentes onde são abatidos animais para deles se obterem carnes e outros produtos destinados ao consumo humano.

Entende-se por carcaça, o bovino abatido, esfolado, sangrado, eviscerado, desprovido de cabeça, patas, rabo e órgãos reprodutores. Após a sua divisão em meias carcaças, retiram-se ainda os rins, gorduras (inguinal e perirrenal), a “ferida da sangria”, a espinhal medula e o diafragma (Campos, 2006). O rendimento da carcaça é o parâmetro de maior importância num animal que tem como fim o consumo humano, e este pode ser calculado através da seguinte fórmula:

$$\text{Rendimento da carcaça} = \frac{\text{Peso da Carcaça}}{\text{Peso Vivo}} * 100$$

A construção das instalações de um matadouro bem como os seus equipamentos e o seu funcionamento, devem ser concebidos e utilizados de forma a evitar a excitação e sofrimento dos animais.

Segue-se a apresentação das etapas do abate de bovinos:

Entrada e Recepção de animais vivos

Após o transporte dos animais para a unidade de abate e uma vez confirmada toda a documentação de acompanhamento obrigatória, é feita a recepção dos animais. O matadouro deve dispor de instalações adequadas para a descarga dos animais dos meios de transporte. A zona de entrada e de recepção dos animais vivos é chamada de Abegoaria. Todos os veículos que entram no matadouro passam previamente por um rodilúvio para evitar contaminações exteriores. Se por alguma razão houver uma demora, é necessário que os animais possam estar abrigados e tenham acesso a uma boa ventilação. Animais do mesmo sexo ou idade que possam estar em conflito devem ser estabulados separadamente e animais que estejam em sofrimento por alguma razão que não esteja associada a possíveis doenças ou infecções devem ser abatidos de imediato. Nesta primeira fase os animais e os documentos são inspecionados, e caso haja, na inspecção sanitária algum animal sob suspeita, este é separado do lote.

Nave de abate

A Nave de abate é o local de sacrifício dos animais. Existe uma zona anexa, chamada triparia, onde ocorre a limpeza das vísceras brancas. Nesta fase do processo os animais estão sujeitos a inúmeros factores de risco, tais como o stress, que podem pôr em causa a qualidade final da carcaça.

Existem três tipos de abates que podem ser efectuados: Normal (animais aprovados para consumo); Urgência (animais em sofrimento); Sanitário (animal não está aprovado para consumo, realiza-se sempre no final de todos os outros abates).

Para se proceder ao abate, é necessário primeiro fazer-se o atordoamento, que no caso dos bovinos é feito por bala cativa, bala normal ou pressão de ar directamente no cortéx.

- Sangria

A Sangria é feita logo após o atordoamento, o mais rápido possível (60 segundos depois no máximo); é nesta fase que o animal morre devido ao esgotamento sanguíneo. Os animais são sangrados por incisões feitas na artéria carótida, da veia jugular externa ou da veia cava inferior.

- Estimulação Eléctrica

É a aplicação de impulsos eléctricos na carne imediatamente após o sacrifício.

A estimulação eléctrica tem como objectivo acelerar o processo do *rigor mortis* de forma a obter um valor de pH próximo de 6.0 duas a três horas após o sacrifício.

Este método realiza-se mediante aplicação de dois eléctrodos um em contacto com o nariz e outro em contacto com a terra através de um gancho inserido no tarso. É muito importante manter um bom contacto entre os eléctrodos e a carne.

- Obliteração do esófago

Consiste na aplicação de um clip para encerramento do esófago de forma a evitar a contaminação da carcaça com conteúdo gastro-intestinal nas fases seguintes.

- Descorna

Nesta fase é feito o corte dos cornos com o auxílio de uma tesoura pneumática ou manual. De seguida os cornos são enviados através de uma conduta própria para a respectiva área de recepção de subprodutos.

- Esfolia

Consiste na remoção completa da pele do animal abatido através de processos manuais e mecânicos. A esfolia é realizada em diferentes etapas, sendo elas: esfolia da cabeça; esfolia da região da garganta; esfolia dos membros posteriores; esfolia da região ventral; esfolia mecânica (“consiste na remoção mecânica da pele com uma máquina de esfolia, através da fixação dos membros posteriores em pinças colocadas na via aérea e posterior accionamento do equipamento para dar início à remoção da pele, que ocorre no sentido descendente.”)

- Extracção do brinco, registo da marca auricular e atribuição de lote

A remoção do brinco é feita durante as etapas da esfolia e este é lido através do código de barras existente no mesmo. A informação do animal contida no brinco é inserida no sistema informático e feito o cruzamento da informação já inserida aquando da recepção dos animais. Os brincos são depois colocados em recipientes próprios. De seguida é atribuído um lote/número de ordem pelo sistema informático do matadouro e é feita a marcação do mesmo na pele, carcaça e cabeça do animal para uma correcta identificação.

- Corte do esterno e separação da cabeça

Corte do esterno com o auxílio de uma serra mecânica. De seguida faz-se a separação da cabeça da carcaça e o corte da língua. Estas duas são posteriormente penduradas na via aérea do tapete das vísceras sendo posteriormente inspeccionadas e recolhidas.

- Evisceração

Processo que consiste na remoção das vísceras (vísceras vermelhas e brancas) das cavidades pélvica, abdominal e torácica. A remoção das vísceras é realizada em duas fases:

1ª Evisceração: exteriorização dos órgãos da cavidade pélvica (recto, bexiga, pénis ou útero) e da cavidade abdominal (vísceras brancas). As vísceras seguem para a passadeira para serem posteriormente inspeccionadas e encaminhadas para a triparia, local de preparação das mesmas.

2ª Evisceração: exteriorização do fígado e das vísceras torácicas. Depois de removida, a miudeza completa é pendurada na respectiva via aérea para posterior inspecção sanitária, acondicionamento e identificação.

Após a conclusão do lote de abate, as vísceras devem ser imediatamente removidas da nave de abate. Seguem para as câmaras de refrigeração, para que se inicie rapidamente o processo de refrigeração, e para a triparia para serem directamente colocadas nas conditas correspondentes que se encontram junto dos tapetes de recepção das mesmas.

- Divisão da carcaça

Consiste na divisão da carcaça em duas hemi-carcaças, ou seja, duas metades. Depois de dividida, a carcaça é alvo da última uma inspecção sanitária qualitativa, para assegurar que não houve qualquer contaminação da mesma. Nesta fase do processo, garante-se que a carne esteja apta para consumo.

- Extracção da medula

A extracção da medula consiste na sua remoção por aspiração.

- Limpeza e acabamento da carcaça

Nesta fase é feita a limpeza das gorduras exteriores da carcaça e a limpeza dos tecidos adiposos internos, extracção dos rins e da rilada e limpeza da zona de incisão da sangria.

Os rins são aproveitados para consumo humano; as gorduras são consideradas M3, não destinadas a consumo humano.

No final é feita uma inspecção visual à carcaça para detectar qualquer tipo de conspurcação que possa existir.

- Marcação de salubridade

Nesta fase a carcaça é identificada com a marca de aprovação sanitária, que é efectuada com tinta de cor castanha para uso alimentar, com a aposição do carimbo com a inscrição do número oficial veterinário atribuído à unidade (matadouro) pelos serviços oficiais.

- Pesagem e rotulagem

As carcaças são pesadas e seguidamente identificadas com duas etiquetas em cada meia carcaça que contêm todas as informações de rotulagem obrigatória para a carne bovina (marca, Lote/ID Animal, Abatido em e Origem) e as menções facultativas (peso, classificação, data de abate e código de barras).

- Refrigeração

A entrada das carcaças de bovino na cadeia de frio pode ocorrer em duas etapas complementares, o arrefecimento inicial, feito em túnel, e a posterior estabilização nas câmaras de refrigeração. Estas etapas podem ocorrer sequencialmente ou de forma intercalada pela 2ª desmancha/desossa da carcaça em peças de talho.

Durante a refrigeração, as carcaças sofrem um processo de arrefecimento progressivo com temperatura estável, de forma a evitar oscilações em cada uma das fases de processo.

Na fase de arrefecimento inicial, as carcaças passam por um túnel que se encontra entre -3 e 2°C juntamente com uma ventilação de ar frio e uma humidade relativa de 85-90%. O objectivo desta fase é arrefecer as carcaças até uma temperatura final de cerca de 20 a 25°C. Esta fase tem a duração de 12 a 24 horas.

No dia seguinte as carcaças são transferidas para as câmaras de refrigeração, onde ficam até à sua expedição a uma temperatura de 0 a 2°C (+/- 1°C) até a carne atingir a temperatura inferior a 7°C no centro térmico. A partir daí a carne pode ser preparada para expedição.

- **Expedição**

Na zona de expedição faz-se a recepção e preparação das entregas aos clientes. A expedição ocorre numa zona refrigerada com temperatura ambiente inferior a 12°C e bem equipada. Antes do processo de expedição, procede-se ao corte das meias carcaças em quartos. Na altura da expedição o veículo de transporte tem de manter a carne a uma temperatura estável (inferior a 7°C no centro térmico), sendo que a caixa refrigerada do veículo se encontra a uma temperatura variável entre 0°C e 3°C. É feita uma monitorização de temperatura durante o decorrer de cada processo de distribuição. Os quartos das carcaças deverão ser pendurados em ganchos pelos tendões de Aquiles da perna do traseiro e numa abertura efectuada na aba da costela do dianteiro. A temperatura à expedição destas peças deverá ser entre 0°C e 6°C, com tolerância de $\pm 1^\circ\text{C}$.

(Reis, 2011/Matos, 2013).

2.3.3 Transporte

De uma maneira geral as empresas da Grande Distribuição não possuem frotas automóveis que lhes permitam realizar o serviço de transporte. Subcontratam empresas de logística para efectuar o serviço entre as plataformas logísticas de cada empresa até aos super e hipermercados (Jerónimo Martins (2013) e Sonae (2013), citados por Riso, 2014). Além do transporte, segundo Carvalho (2010), citado por Riso (2014), a grande distribuição poderá contratar às empresas de logística outros serviços como a armazenagem, controlo e gestão de *stocks* ou embalagem de produtos.

2.4 Distribuição

De acordo com a APED (2009), tal como nos restantes países da União Europeia, a concentração da distribuição alimentar em Portugal aumentou nos últimos anos com a quota dos 5 maiores grupos de distribuição a atingir 64% em 2007. Contudo, este nível de concentração ainda é um dos mais baixos entre os países europeus. No nosso país não se verifica abuso de poder negocial por parte dos grandes retalhistas face aos seus fornecedores. Esta relação de poder não é homogénea, estando dependente sobretudo da força das marcas dos produtores, e do seu peso no mercado dos produtos em que operam. Assim, os grandes

produtores multinacionais e nacionais, com marcas fortes, desfrutam de grande poder negocial. Já em relação aos produtores de menor dimensão e sem marcas fortes, o maior poder negocial dos retalhistas é evidente. Apesar do aumento da concentração da distribuição moderna, os preços dos bens alimentares em Portugal aumentaram a um ritmo inferior ao de outros países europeus (APED, 2009).

Em Portugal, segundo a APED (2009), os grandes distribuidores não condicionam o acesso dos agricultores e outros pequenos produtores ao mercado. Em conjunto, os 3 maiores grupos de distribuição asseguram a venda de cerca de 40% dos produtos agrícolas, carne e peixe fresco. A distribuição moderna e os seus fornecedores estabeleceram protocolos de colaboração mútua através da CIP (Confederação Empresarial de Portugal) e da CAP e implementaram programas de apoio ao desenvolvimento de pequenos produtores. Em resultado do desenvolvimento da distribuição moderna, os consumidores têm beneficiado de preços mais baixos, mais escolha e maior conveniência. As maiores redes de distribuição moderna aumentaram a escolha dos consumidores - proporcionando produtos de marca própria de qualidade a preços acessíveis – e facilitaram o acesso a hipers e lojas discount proporcionando a conveniência dos horários de funcionamento alargados (APED, 2009).

2.5 Comercialização

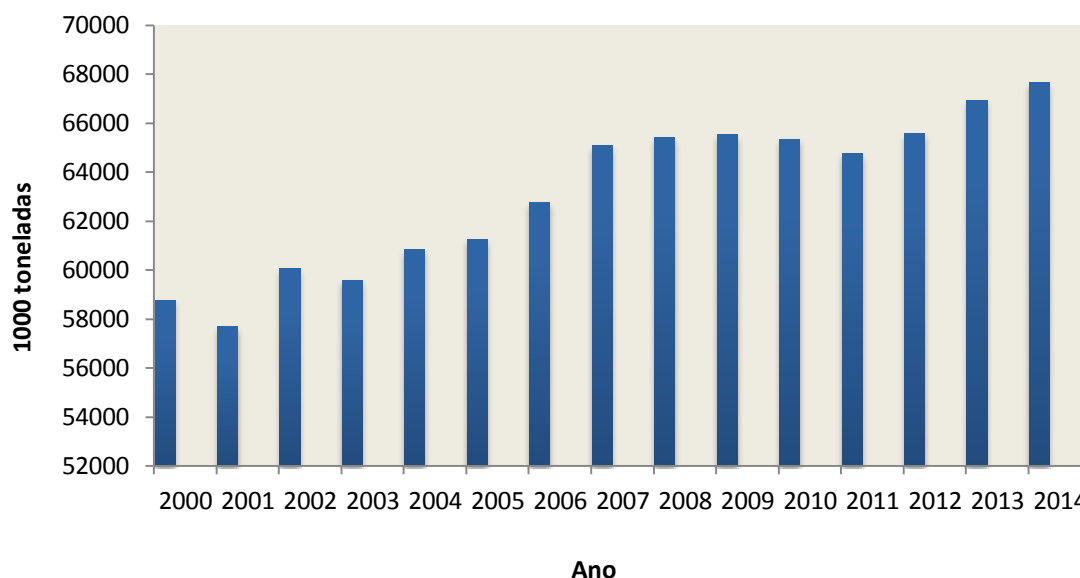
Segundo Solomon (1996), citado por Brandão (2009), o comportamento do consumidor é o estudo dos processos envolvidos quando um indivíduo ou um grupo selecionado, compra, usa ou dispõe de produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer as suas necessidades e desejos. O consumidor normalmente é a pessoa que identifica uma necessidade ou desejo, compra e posteriormente utiliza o produto.

O sector de transformação de carne bovina tem determinadas exigências que devem ser cumpridas sendo elas: o peso do animal, grau de gordura e a conformação. A nível visual, a carne deve ter boa aparência, o que significa uma cor avermelhada, capacidade de conservação e protecção (textura e firmeza) e boas características definidoras de qualidade: tenrura, suculência, sabor e aroma (Varelas, 2002).

2.5.1 Comercialização Mundial

Segundo o Anuário Agrícola de 2012 do GPP, o consumo de carne bovina a nível Mundial não tem apresentado oscilações fortemente marcadas desde 2007 como se pode verificar no gráfico 10.

Gráfico 10 - Evolução do consumo mundial de carne bovina



Fonte: OCDE, 2015

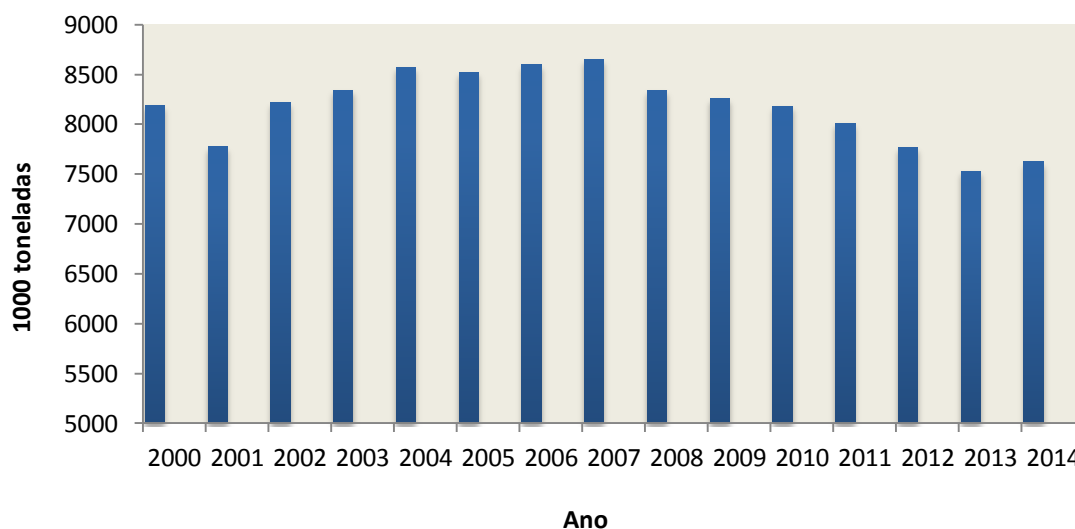
O consumo mundial de carne bovina, segundo a OCDE (2015) em 2010 foi de 65 345 000 toneladas, em média 6,6 kg/habitante/ano, tendo em conta os anos de 2000 a 2014. Os principais países consumidores no ano 2011 foram, por ordem decrescente, o Uruguai, Argentina, Austrália, Brasil e Estados Unidos, com valores de consumo *per capita* muito superiores à média mundial: 51,7, 38,5, 28,3, 26,2 e 25,8 kg/capita/ano respectivamente (GPP, 2012).

Ao nível da exportação mundial de carne bovina, encontramos o Brasil como principal país exportador com cerca de 1 883 000 toneladas, seguido por ordem decrescente da Austrália, Estados Unidos e Canadá. No lado da importação, temos como maior importador, em 2011, a Ásia que importou cerca de 2 348 000 toneladas, onde se incluí como grande importador o Japão com 711 000 toneladas, seguida por ordem decrescente, pelos Estados Unidos, América Latina, onde se inclui o México e Chile, e a Federação Russa (GPP, 2012).

2.5.2 Comercialização na União Europeia

O consumo de carne bovina na União Europeia tem vindo a diminuir pelo menos desde o ano 2007 segundo o GPP (2012), sendo esta diminuição cerca de 3,6% de 2010 para 2011.

Gráfico 11- Evolução do consumo de carne bovina na União Europeia



Fonte: OCDE, 2015

De acordo com os dados da OCDE (2015), na União Europeia, o consumo médio de carne bovina entre 2000 e 2014 foi cerca de 11,4 kg/per capita/ano, valor bastante superior à média mundial. França apresenta-se como o principal consumidor, com um consumo de 1 580 000 toneladas equivalente carcaça em 2011, seguida por ordem decrescente pela Itália, Reino Unido e Alemanha (GPP, 2012).

Tabela 3 - Evolução do consumo de carne bovina na União Europeia

Evolução do consumo de carne bovina na União Europeia (kg/per capita)	
2000	11,76
2001	11,13
2002	11,72
2003	11,85
2004	12,12
2005	12,01
2006	12,06
2007	12,09
2008	11,61
2009	11,47
2010	11,32
2011	11,06
2012	10,70
2013	10,35
2014	10,46

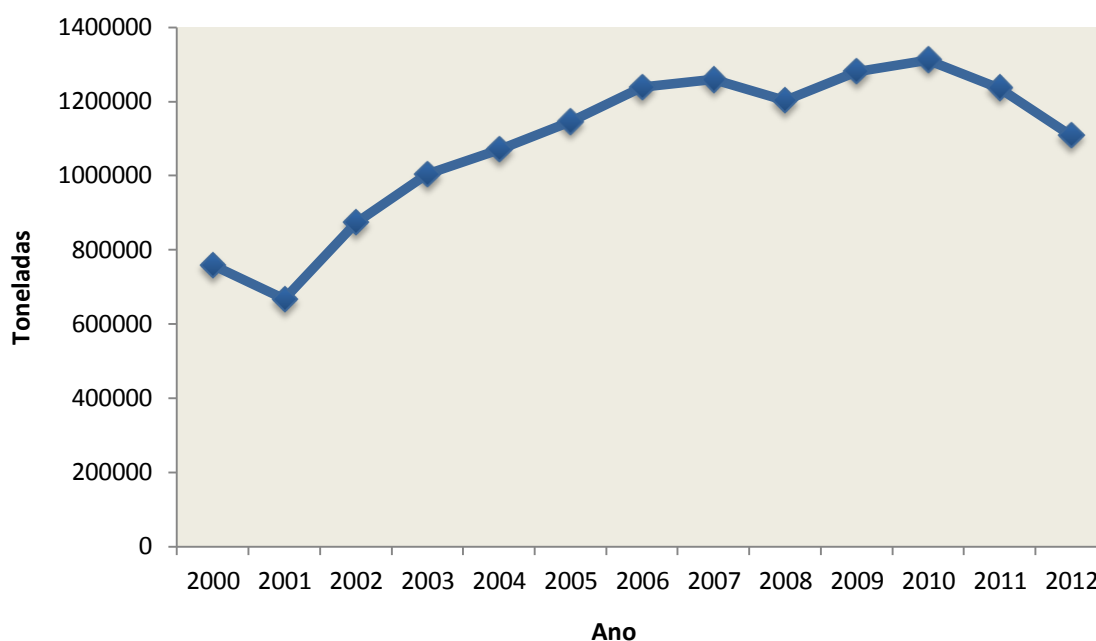
Fonte: OCDE (2015)

O preço médio de bovinos adultos pode ser muito variável ao longo dos anos. Na União Europeia, este preço aumentou de 2009 a 2011, chegando aos 318,02 € por 100 kg de peso de carcaça em 2011. Itália foi o país onde se registaram os preços mais altos, com 361,74€ por 100 kg de peso de carcaça, seguida pelo Reino Unido e Irlanda no ano de 2011. Os Novilhos, classificados como R3 quanto à sua conformação e gordura, apresentaram uma subida mais acentuada de preço em 2011, em que o preço médio na União Europeia foi 352,09€ por 100 kg de peso de carcaça, um aumento de 32,52€ por 100 kg de peso de carcaça relativamente ao ano anterior. Nesta categoria, em 2011 a Grécia foi o país com preço mais elevado, 428,27€ por 100 kg de peso de carcaça seguida por ordem decrescente pela Itália e Dinamarca (GPP, 2012).

A nível de importações, segundo a CE (2015), a União Europeia importa carne bovina maioritariamente do Brasil, cerca de 43,4% no ano de 2014, seguido do Uruguai e Argentina. Segundo Baptista (2014), citando dados da FAO, localizam-se na Europa Central os

principais importadores com destaque para Itália, Holanda e Alemanha. No gráfico 12 é possível observar que as importações têm vindo a decrescer desde 2010, tendo atingindo em 2012 o valor de 1 108 426 toneladas (FAO, 2015).

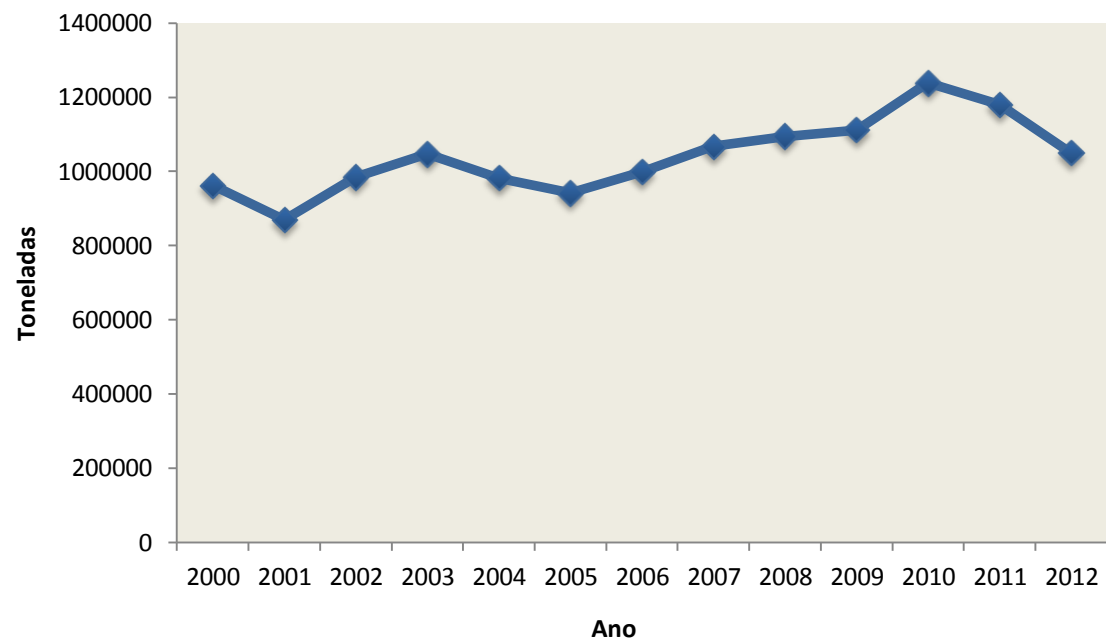
Gráfico 12 - Importação de carne bovina da União Europeia (incluindo carne desossada)



Fonte: FAO, 2015

Relativamente às exportações da União Europeia, de acordo com dados da CE (2015), em 2014 Hong Kong foi a principal região onde se destinou a carne de bovino com cerca de 11,6% do total exportado, seguida por ordem decrescente do Líbano e Costa do Marfim. Até Junho de 2015 o Líbano já se apresentava à frente de Hong Kong. As exportações europeias também têm vindo a diminuir nos últimos anos, como é possível observar no gráfico 13, atingindo em 2012 o valor de 1 049 378 (FAO, 2015).

Gráfico 13 - Exportações de carne bovina da União Europeia (incluindo carne desossada)



Fonte: FAO, 2015

Tendo em conta as exportações e importações do ano 2012, observamos que o grau de auto abastecimento de carne bovina na União Europeia foi de aproximadamente 95%.

3. Mercado de carne bovina em Portugal

Em 1986, Portugal aderiu à Comunidade Económica Europeia (CEE), hoje designada União Europeia (UE), o que alterou profundamente o contexto económico português. De um mercado relativamente protegido passou-se a uma situação de integração europeia, que pressupunha, entre outros, a livre circulação de mercadorias. A agricultura portuguesa passou a estar sujeita à PAC (Política Agrícola Comum) e alterações a nível de mercado ocorreram, em particular, a nível do mercado de carne em Portugal. Destas destacam-se o aumento de consumo, o decréscimo do grau de aprovisionamento, a deterioração do saldo da balança comercial e a posição competitiva do nível de preços no produtor e do consumidor. Em consequência de um mercado europeu mais “fraco” e com dificuldades de competição, também a produção em Portugal tem vindo a diminuir. Perante a dificuldade dos produtores nacionais em responder à procura de carne, e dada a importância que a carne ocupa na dieta alimentar portuguesa, as importações têm vindo a crescer significativamente (segundo dados da FAO entre 1991 e 2000) (Santos, 2000). Mais recentemente, segundo o OMAIAA (2012), o volume de importações tem vindo a diminuir desde 2009/2010. De 94.906 toneladas em 2009, passou-se a 87.790 toneladas no ano de 2013, tendo sido 2010 o ano que apresentou um valor mais reduzido (78.061 toneladas) (INE 2010-2015).

Segundo Baptista (2014), o custo de factores de produção afecta permanentemente a produção nacional, e poderá ser uma condicionante ao seu desenvolvimento e internacionalização, sendo que esta dependerá de um posicionamento assente na diferenciação, indexando à origem, à tradição e à qualidade, as características únicas e diferenciadoras da carne Portuguesa.

3.1 Consumo Nacional

A crise da BSE no final dos anos 90, início de 2000 fez com que o consumo de carne bovina diminuísse, assim como a oferta, no entanto, segundo Ralo (1990) a crise da BSE fez com que as raças autóctones voltassem a estar em foco, uma vez que a sua capacidade de resistência às doenças e às agressões dos factores climáticos lhes confere a designada rusticidade e um poder de competição importante (Francisco, 2004).

Segundo o GPP (2012), o consumo de carne bovina em Portugal tem vindo a registar um decréscimo desde o ano 2008. Nesse mesmo ano o consumo de carne bovina era de 19,6 kg/hab; em 2013, segundo o INE (2015) o consumo foi de 16,9 kg/hab.

Tabela 4 - Consumo *per capita* (kg/hab/ano) de carne bovina (equivalente carcaça) em Portugal

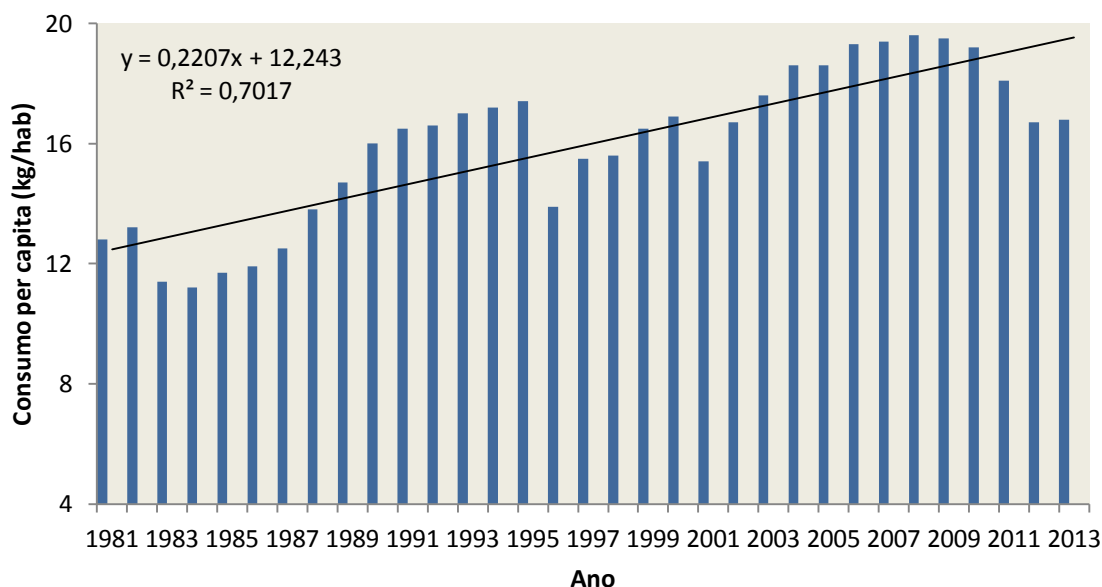
Ano	Consumo <i>per capita</i> (kg/hab.)	Ano	Consumo <i>per capita</i> (kg/hab.)
1981	12,8	1998	15,6
1982	13,2	1999	16,5
1983	11,4	2000	16,9
1984	11,2	2001	15,4
1985	11,7	2002	16,7
1986	11,9	2003	17,6
1987	12,5	2004	18,6
1988	13,8	2005	18,6
1989	14,7	2006	19,3
1990	16	2007	19,4
1991	16,5	2008	19,6
1992	16,6	2009	19,5
1993	17	2010	19,2
1994	17,2	2011	18,1
1995	17,4	2012	16,8
1996	13,9	2013	16,9
1997	15,5	2014	17,5*

*Dados provisórios

Fonte: INE, 2015

Para uma melhor percepção da evolução do consumo da carne bovina em Portugal pode observar-se o gráfico 14, baseada na tabela 4.

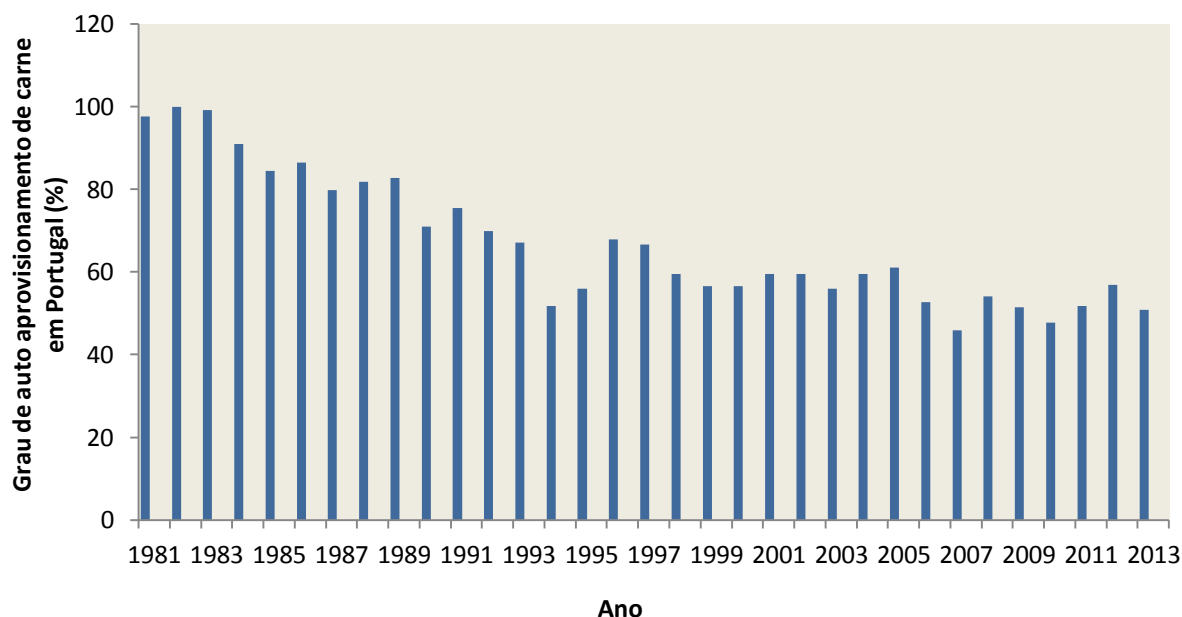
Gráfico 14 - Consumo *per capita* (kg/hab/ano) de carne bovina em Portugal



Fonte: INE, 2015

Em termos de valor, o consumo interno de carne bovina em Portugal manteve-se estável nos anos de 2008 e 2009 com 207 mil toneladas, decrescendo nos anos seguintes; um decréscimo de aproximadamente 15% no consumo de carne bovina entre 2009 e 2013 (INE, 2015). A produção em Portugal desta carne não é suficiente para a procura interna, e esta situação tem-se vindo a agravar nos últimos anos segundo o OMAIAA (2012). Para os anos de 2009 a 2012, o grau de auto aprovisionamento apenas cobriu 52% das necessidades de consumo. Esta situação leva o país a uma notória dependência relativamente a este produto, colocando Portugal numa situação muito vulnerável à oscilação de preços no mercado internacional (OMAIAA, 2012).

Gráfico 15 - Grau de auto aprovisionamento de carne de bovino em Portugal



Fonte: INE, 2015

Santos (2000) concluiu que, as carnes são bens substitutos entre si, ou seja, que quando o preço de uma determinada carne aumenta, a procura de outras também aumenta, uma vez que os preços relativos diminuíram. Assim sendo, o consumidor aumenta o consumo da carne que é colocada no mercado a melhor preço relativo, independentemente de se tratar de um produto nacional ou importado, ajustando-se rapidamente os seus níveis e padrões de consumo aos preços de mercado. Tendo em conta o nível de preços no produtor da carne nacional, Portugal poderá ter dificuldades em se afirmar num mercado indiferenciado, onde são as estratégias de baixo preço que predominam. Num contexto de crescente globalização comercial, em que Portugal compete no mercado interno com parceiros comunitários e também com os principais exportadores mundiais, as dificuldades em praticar preços mais baixos devido à reduzida margem face ao nível de custos de produção poderá vir a ter consequências adversas para a produção animal portuguesa (Santos, 2000).

3.2 Preços Nacionais

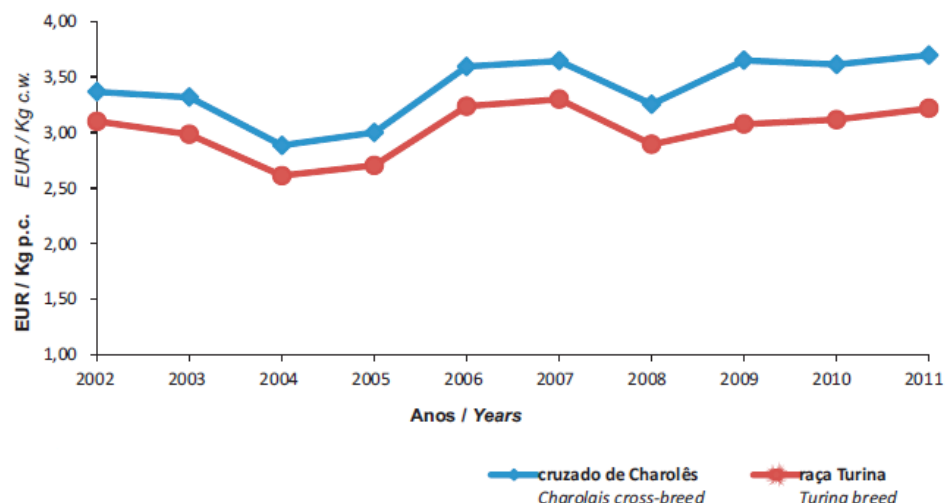
Como já referido anteriormente os bovinos podem ser classificados de acordo com a sua categoria:

- A – Carcaças de machos, não castrados, com menos de dois anos;
- B – Carcaças de outros machos não castrados;
- C – Carcaças de machos castrados;
- D – Carcaças de fêmeas que já tenham parido;
- E – Carcaças de outras fêmeas
- V – Carcaças de animais com menos de oito meses;
- Z – Carcaças de animais com idade entre os 8 e 12 meses

Em Portugal os novilhos pertencentes à categoria A, são aqueles em que estão contabilizados mais abates de animais aprovados para consumo, representando em 2011 cerca de 43,3% dos abates de bovinos. No mesmo ano, o preço nominal médio anual de novilhos entre os 12 e os 18 meses na produção foi de cerca de 3,70€ por kg de peso de carcaça para novilhos cruzados de Charolês e 3,22€ por kg de peso de carcaça para novilhos de raça Turina, mais conhecida como Holstein Frísia. Relativamente aos cruzados de Charolês verificou-se um aumento de 0,09€ comparativamente com o ano anterior, na raça Turina o aumento foi de 0,10€ na produção por kg de peso de carcaça (GPP, 2012). É importante ter em conta que os preços podem variar significativamente ao longo dos anos.

Os novilhos com maiores preços na produção à entrada do matadouro, segundo o GPP (2012), são aqueles classificados como U2; aqueles com menores preços de produção são os novilhos classificados como O2. Nas novilhas assiste-se à mesma situação quanto aos maiores preços na produção, quanto aos menores são as novilhas classificadas como O4.

Figura 3 - Evolução dos preços nacionais na produção de novilhos de 12-18 meses de idade



Fonte: GPP, 2012

O índice de preços no consumidor de carne bovina está presente na tabela 5 onde se pode ver um aumento do mesmo a partir do ano 2009.

Tabela 5 – Índice de preços nacionais no consumidor de carne bovina (ano base 2008)

	2009	2010	2011	Var 11/10 (%)
Janeiro	101,5	102,7	103,6	0,9
Fevereiro	102,0	102,4	104,2	1,8
Março	102,2	102,8	104,4	1,6
Abril	102,1	102,5	104,5	2,0
Mai	102,0	102,0	105,2	3,1
Junho	102,3	101,8	104,6	2,7
Julho	101,8	102,2	104,7	2,4
Agosto	101,3	102,6	105,2	2,5
Setembro	101,1	103,2	105,8	2,5
Outubro	101,4	102,8	105,4	2,5
Novembro	102,3	103,4	106,0	2,5
Dezembro	102,3	103,2	107,0	3,7
Ano	101,9	102,6	105,0	2,4

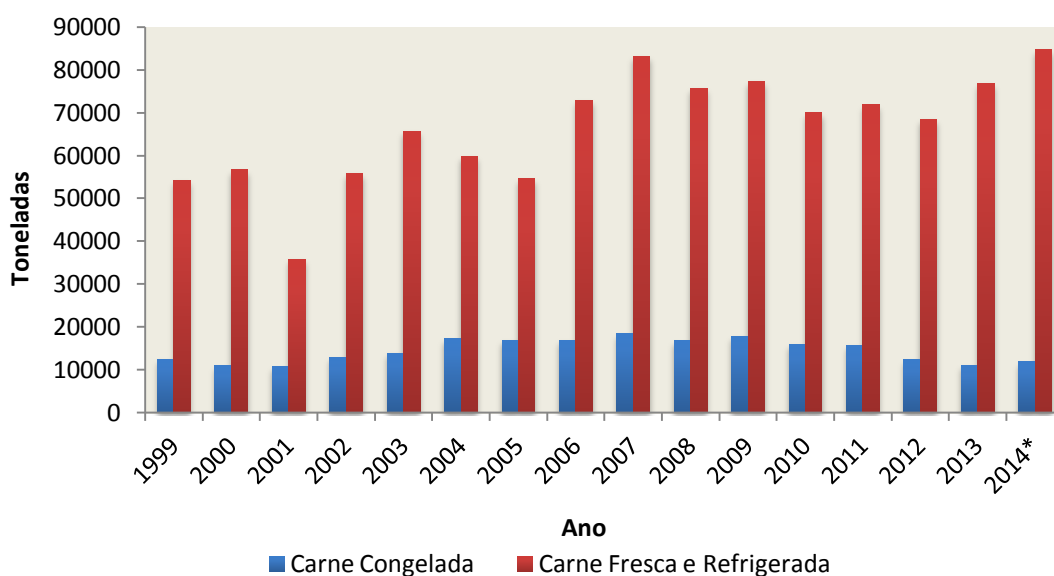
Fonte: GPP, 2012

3.3 Exportações e Importações

Portugal estando inserido na União Europeia, tem tendência a seguir a evolução da mesma. A nível de exportações a Europa encontra-se muito atrás de países como Brasil, Índia e Austrália, representando apenas 4% das exportações de carne bovina a nível mundial; no que diz respeito às importações, a Europa representa 10% das importações mundiais de carne bovina (Costa, 2013).

De 2009 a 2012 assistimos a um decréscimo, em volume, na entrada de carne bovina em Portugal de 94 908 toneladas para 80 646 toneladas, voltando este valor a aumentar nos anos de 2013 e 2014 (GPP, 2008-2009/GPP, 2012/INE, 2013/INE, 2014/INE 2015). Esta oscilação pode dever-se em parte à crise económica nacional e à recuperação da mesma. Segundo dados da GPP, citados por Baptista (2014), em 2012, o sector de carne foi o que apresentou maior peso em importação (8,8%) a seguir ao dos cereais. Destes 8,8% destaca-se a carne bovina nas importações nacionais, em valor, embora em termos de quantidade a carne suína apresente valores mais elevados.

Gráfico 16 - Evolução da entrada de carne de bovino em Portugal



* Valores Preliminares

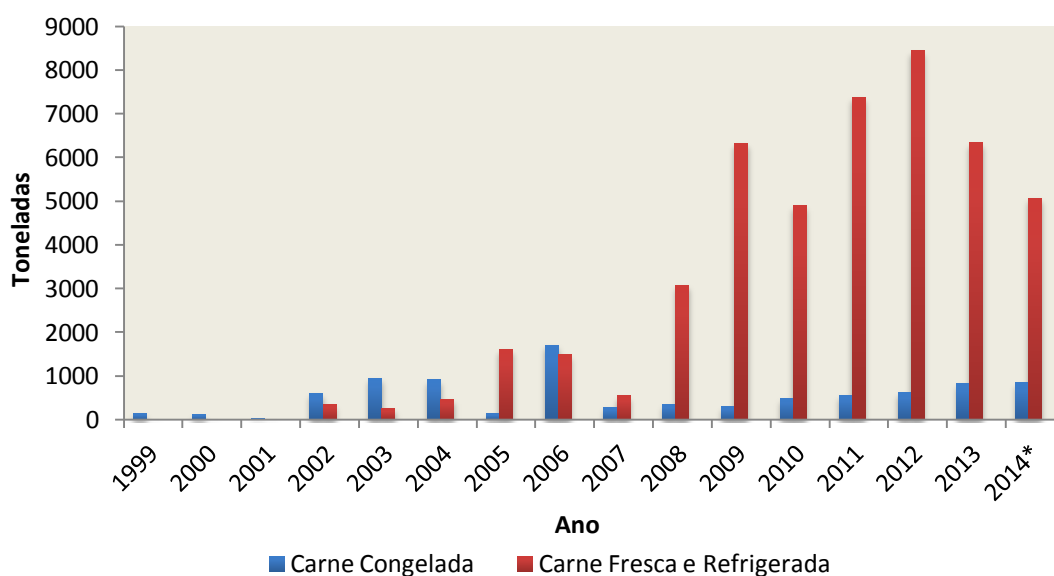
Fonte: GPP, 2008-2009/GPP, 2012/INE, 2013/INE, 2014/INE, 2015

Portugal importa carne bovina maioritariamente do país vizinho, Espanha. Em 2010, Portugal importou de Espanha 49.266,3 toneladas de carne incluindo carne congelada, fresca e refrigerada, perfazendo em valor, um total de aproximadamente 172×10^6 €. Em 2011, o valor em volume situou-se nas 50.095 toneladas, valor superior ao do ano anterior; em termos de

valor, atingiram-se aproximadamente 181×10^6 €. Países Baixos e França seguiram-se por ordem decrescente como principais importadores em Portugal (GPP, 2012). Em 2013, segundo Baptista (2014), Espanha representou 61% das entradas de carne Bovina no nosso país.

Relativamente às saídas de carne, em Portugal, do ano 2006 para o ano 2007 verificou-se um acentuado decréscimo, recomeçando em 2008 um novo crescimento de exportações. Segundo Baptista (2014), em termos de exportação, neste sector, os valores ainda são muito baixos em todos os tipos de carnes.

Gráfico 17 - Evolução da saída de carne de bovino de Portugal



* Valores Preliminares

Fonte: GPP, 2008-2009/GPP, 2012/INE, 2013/INE, 2014/INE, 2015

Espanha aparece também como principal país de destino para a carne de bovino fresca e refrigerada produzida em Portugal. Em 2010, Portugal exportou para Espanha 3.280 toneladas de carne fresca e refrigerada, perfazendo em valor de 8×10^6 €. Relativamente a carne congelada, Angola é o principal destino de carne produzida em Portugal com 323,8 toneladas exportadas e um valor de 1×10^6 €. Em 2011, o valor em volume de carne fresca e congelada exportado para Espanha situou-se nas 3.988 toneladas, valor ligeiramente superior ao do ano anterior; em termos de valor, atingiram-se os 9×10^6 €. A exportação de carne congelada para Angola foi de 329,2 toneladas, 1×10^6 €. Países Baixos e Angola seguiram-se, em 2011, a Espanha, por ordem decrescente, como principais exportadores de carne fresca e refrigerada em Portugal. Na carne congelada, seguiram-se a Angola, Espanha e Países Baixos por ordem decrescente (GPP, 2012). Segundo Baptista (2014), em 2013 Espanha continua a ser o

principal destino de saídas de carne de bovino representando 58% destas. É seguida pela França com 18% e Holanda com 14%.

4. Carne de Bovino

4.1 Bovinos de carne

Segundo Inchausti e Tagle (1951), citados por Soares Costa (2004), um bovino produtor de carne, apresenta um grande volume corporal, enormes massas musculares, costelas arqueadas, tendência para linhas curvas, extremidades dos membros curtas e finas, cabeça pequena e pescoço curto. A apreciação da aptidão produtiva dos animais produtores de carne, só poderá ser feita em rigor, analisando o seu desempenho durante o crescimento e desenvolvimento, a sua capacidade de eficiência na transformação dos alimentos e, finalmente, após o abate, avaliando o rendimento e qualidade da carcaça que produzem, nomeadamente após a desmancha, pela sua composição nas peças de talho mais apreciadas. Um animal produtor de carne deve apresentar determinadas características gerais. A mais importante de todas é a precocidade do animal, a sua capacidade de crescimento, de expressar maiores aumentos diários de peso e num período mais curto para alcançar o peso e a conformação ideal ao abate. A segunda característica mais importante do animal produtor de carne é a sua elevada capacidade de transformar os nutrientes fornecidos pelos alimentos, em novos tecidos corporais, garantindo elevadas taxas de aumento de peso. A esta capacidade de transformação dá-se habitualmente o nome de Índice de Conversão (I.C.) que se define pela quantidade de kg de alimento que um animal necessita ingerir para conseguir aumentar 1 kg de peso vivo. A terceira característica de elevada importância que os animais produtores de carne devem manifestar é uma elevada prolificidade. Esta difere bastante entre espécies e no caso dos bovinos, o objectivo é conseguir um vitelo por ano (Soares Costa, 2004)

4.2 Qualidade

A noção de qualidade, segundo Fontes et al. (2011), tem vindo a ser discutida aprofundadamente desde há uns anos e actualmente é considerada um tema estratégico, constituindo uma fonte de competitividade. É um conceito muito importante no sector bovino que tem sofrido várias pressões devido a crises de confiança dos consumidores e sucessivas reformas da PAC.

Segundo a OCDE (1999), a qualidade dos produtos alimentares diz respeito ao conjunto de atributos que entram na função utilidade dos consumidores, ou seja, que são susceptíveis de levar a que um bem seja preferido a outro. Assim a qualidade liga-se aos aspectos sanitários, nutricionais, mas também ao gosto, aspecto, integridade e à tipicidade dos produtos (Fontes et al., 2011).

4.2.1 Atributos de qualidade

Segundo Fontes et al (2011), encontramos na literatura diferentes formas de classificar os atributos de qualidade. Os autores propõem a seguinte classificação:

- a classificação de atributos em evidenciados ou "search" na terminologia inglesa; experimentados ou de experiência ("experienced") e acreditados ou de confiança ("credence");
- a classificação de atributos em atributos de processo ou de produto;
- a distinção entre atributos intrínsecos e atributos extrínsecos (ver figura 2).

Os atributos evidenciados são aqueles que permitem que a qualidade possa ser avaliada pelo consumidor no momento e no local de compra (exemplos: a aparência ou aspecto de uma peça de carne); os atributos experimentados são aqueles relativamente aos quais a qualidade apenas pode ser avaliada após a compra do produto e no momento da sua utilização ou do seu consumo (exemplo: o sabor de uma peça de fruta ou a tenrura de uma peça de carne); os atributos acreditados são aqueles relativamente aos quais o consumidor não tem a capacidade de os avaliar e de elaborar uma apreciação, pelo que se baseia no julgamento ou na opinião de terceiros (exemplos: modo de produção, aspectos ligados à saúde e nutrição e resíduos de medicamentos) (Fontes et al, 2011).

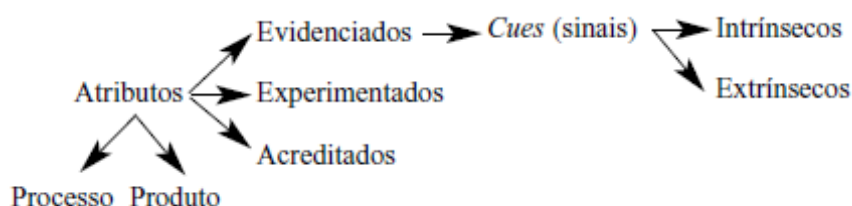
Caswell et al. (1998), citado por Fontes et al. (2011), faz distinção entre atributos de produto e atributos de processo. Os primeiros dizem respeito às características físicas do produto e aos atributos de "imagem" que podem ter ou não a ver com o produto físico (como seja o *status* associado ao produto). Os segundos, referem-se às características que fazem parte do processo de produção (exemplos: bem-estar animal ou o modo de produção biológico) que podem ou não afectar as características físicas do produto.

No que se refere à classificação dos atributos ou dimensões da qualidade em evidenciados, experimentados e acreditados, de acordo com Fontes et al. (2011), os produtos alimentares são essencialmente caracterizados pela dimensão experimentada e, até certo ponto, pela acreditada (ou de confiança). Ou seja, para a maioria das dimensões (ou atributos), os consumidores não podem avaliar a qualidade no momento de compra pelo que criam expectativas. Para criar essas expectativas os consumidores utilizam peças de informação frequentemente designadas por "quality cues". Olson e Jacoby (1972), citados por Fontes et al. (2011), introduziram os conceitos de *cues* intrínsecas e extrínsecas. Os autores definiram uma *cue* intrínseca como sendo um atributo de um produto que não pode ser alterado ou

manipulado experimentalmente sem alterar também as características físicas do próprio produto. Uma *cue* extrínseca será aquela que, se experimentalmente alterada, não leva necessariamente a uma alteração das características físicas do produto; como exemplos temos o preço, a promoção, o rótulo (ou sinal) da denominação de origem protegida (DOP), apresentação e local de venda.

Em resumo, as relações que se estabelecem entre atributos, dimensões e *cues* podem ser esquematizadas da seguinte forma:

Figura 4 - Classificação de atributos de qualidade



Fonte: Fontes et al, 2011

De acordo com Acebron e Dopico (2000), citados por Fontes et al. (2011), no caso particular de uma peça de carne de bovino (bife), as *cues* intrínsecas mais relevantes e que definem inequivocamente a sua categoria são: a origem, a raça, o sexo, a textura, a idade do animal, a cor, a gordura visível e o corte da carne. Muitas destas *cues* são imperceptíveis para o consumidor, quer porque o consumidor as ignora, quer porque a informação relativamente a estas *cues* não é fornecida.

Em 2009, Banovic et al., realizaram um estudo em Portugal onde foi analisada a forma como os consumidores portugueses avaliam a qualidade esperada e experimentada no local de compra. Foi concluído que a informação extrínseca do produto, nomeadamente a marca, pode influenciar a avaliação dos consumidores relativamente a atributos intrínsecos. Apuraram que no caso da carne de bovino com “selos” de qualidade, os consumidores portugueses percepcionaram a região de origem como um sinal de qualidade, conduzindo a atributos intrínsecos mais valorizados e, consequentemente, a uma qualidade sensorial esperada mais elevada.

4.3 Certificações

A rotulagem pode desempenhar variadas funções. Kotler (1997) mencionou, a identificação, classificação, descrição e promoção de produtos. Altman (1997) acrescentou ainda, a essas funções, que a marca e rotulagem de produtos alimentares podem diferenciá-los de produtos concorrentes, ampliando a atratividade do produto ou garantindo ao consumidor um determinado nível de qualidade. Caswell e Mojduszka (1996) acrescentam que, os rótulos de produtos alimentares desempenham outros papéis como o de influenciar o design do produto, gerar confiança dos consumidores na qualidade do produto e a educação do consumidor sobre dieta e saúde (Bernués et al., 2003).

Segundo Corcoran (2001), citado por Bernués et al (2003), no que respeita à carne vermelha e produtos derivados da mesma, a rotulagem pode ser um meio de restauro da confiança dos consumidores nestes produtos, anteriormente com uma imagem manchada.

A 17 de Julho de 2000, o Parlamento Europeu e o Conselho de Ministros da Agricultura aprovou um novo regulamento, que obriga a indústria de carne bovina da União Europeia a rotular a origem da carne bovina e produtos derivados vendidos (Regulamento (CE) Nº 1760/2000). Desta forma, os consumidores beneficiam de regras de rotulagem obrigatória respeitantes à carne em toda a União Europeia (Bernués et al., 2003).

Para evitar imitações de produtos concorrentes, a Comissão Europeia criou, em 1992, sistemas de protecção e valorização dos produtos agroalimentares (DOP, IGP e ETG), que nos dias de hoje se fazem valer através do Regulamento (CE) Nº 510/2006 relativo a DOP e IGP e Regulamento (CE) Nº 509/2006 relativo a ETG.

Figura 5 - Símbolos de identificação de produtos agrícolas certificados – DOP, IGP e ETG (da esquerda para a direita)



Segundo Marreiros e Ness (2002), os alimentos classificados como sendo de Qualidade Específica, são considerados por muitos consumidores, como alimentos de maior qualidade; por apresentarem normalmente, caderno de especificações/encargos de produção que proíbem o uso de certos produtos, químicos ou não, o que leva a acreditar que quem os consome levará uma vida mais saudável (Campos, D., 2006).

4.3.1 Denominação de Origem Protegida

DOP – Denominação de Origem Protegida

Nome de um produto cuja produção, transformação e elaboração ocorrem numa área geográfica delimitada com um saber fazer reconhecido e verificado.

De acordo com o Regulamento (CE) N° 510/2006, DOP trata-se de um produto ou género:

- Originário dessa região, desse local determinado ou desse país,
- Cuja qualidade ou características se devem essencial ou exclusivamente a um meio geográfico específico, incluindo os factores naturais e humanos, e
- Cuja produção, transformação e elaboração ocorrem na área geográfica delimitada.

4.3.2 Indicação Geográfica Protegida

IGP – Indicação geográfica protegida

A relação com o meio geográfico subsiste pelo menos numa das fases de produção, transformação ou elaboração. Além disso, o produto pode beneficiar de uma boa reputação tradicional.

De acordo com o mesmo regulamento referido anteriormente, IGP trata-se de um produto ou género:

- Originário dessa região, desse local determinado ou desse país,
- Que possui determinada qualidade, reputação ou outras características que podem ser atribuídas a essa origem geográfica,
- Cuja produção e/ou transformação e/ou elaboração ocorrem na área geográfica delimitada.

4.3.3 Especialidade Tradicional Garantida

ETG- Especialidade tradicional garantida

Não especifica uma origem, mas designa o produto agrícola ou género alimentício produzido a partir das matérias-primas tradicionais, ou com uma composição tradicional ou um modo de produção e/ou de transformação tradicional que o distinga doutros produtos similares.

Segundo Fontes et al. (2011), Banovic et al. (2010) analisaram as diferenças de percepção do consumidor relativamente a três tipos de carne:

- Carne DOP (Carnalentejana)
- Carne importada
- Uma carne indiferenciada nacional (marcas próprias da distribuição).

Concluíram nesta análise que a carne DOP foi percebida como a de melhor qualidade para todos os atributos e aspectos considerados, sendo eles: “Quality cues” como a cor, gordura, marca, etc.; Aspectos de qualidade esperados como sabor, tenrura, factores nutricionais, entre outros; e Qualidade experienciada depois da prova assim como futura intenção de compra (Banovic et al., 2010).

5. Estudos de casos – Produção de bovinos de raça Alentejana e produção de bovinos em modo de produção biológico

Nos mercados de produtos alimentares a nível global tem ocorrido uma procura crescente por produtos diferenciados, e a carne de bovino não é excepção nesta tendência. Este produto embora na sua maioria vendido de modo indiferenciado e sem marca, é já alvo frequente de estratégias de diferenciação. Em Portugal a carne de bovino diferenciada, representando apenas uma pequena quota de mercado, tem ainda assim crescido (Viegas et al, 2012).

A carne bovina Carnalentejana DOP é um exemplo de um produto alimentar diferenciado que tem crescido em Portugal nos últimos anos. Este produto de qualidade específica tem evoluído não só vendendo os seus produtos em super e hiper mercados como criando também restaurantes próprios. Devido ao seu historial foi escolhida como estudo de caso para o presente trabalho. O mesmo se pode dizer da carne de bovino em modo de produção biológico, um produto que se tem vindo a desenvolver no mercado nos últimos anos e que por esta razão foi também escolhida como estudo de caso.

5.1 Estudo de caso – A Carnalentejana DOP

Segundo Sanson, citado por Varelas (2002), os bovinos de raça Alentejana, filiam-se no tronco dolicocefalo, aquitânico, *Bos taurus aquitanicus*. Uma raça extremamente bem adaptada ao meio em que está inserida, era originalmente uma raça de trabalho, mas graças ao acesso à mecanização assistiu-se a uma regressão do uso destes animais para trabalho. Em todo o continente Europeu as raças bovinas começavam a ser alvo de programas de selecção, tendo sido a sua principal vocação direccionada para a produção de leite, carne ou em alguns casos, ambas. A partir da segunda metade do século XX, segundo Ralo (1972), citado por ACBRA (s.d.), muitos criadores começaram a recorrer à importação de raças exóticas na tentativa de obterem animais mais bem conformados e com uma velocidade de crescimento mais elevada, segundo. Nesta fase era difícil saber-se ao certo quantos animais de cada raça bovina existiam em Portugal uma vez que ainda não tinham sido constituídos todos os Livros Genealógicos e os censos não eram muito precisos. Nos últimos tempos, de acordo com a ACBRA (s.d.), tem-se vindo a trabalhar no sentido de travar a diminuição dos efectivos de raças autóctones no nosso país. Isto deve-se também ao facto de, actualmente, haver uma maior exigência por parte dos consumidores, que por sua vez têm cada vez um maior interesse nas produções de origem nacional. Face a este facto, começou a assistir-se à criação de agrupamentos de produtores de várias raças nacionais, que são os responsáveis pela produção

e muitas vezes comercialização de produtos cárneos com Denominação de Origem Protegida (DOP), como é o caso da tão bem sucedida CARNALENTEJANA S.A. (ACBRA, s.d.).

A gestão da Raça Bovina Alentejana mostra um fraco uso da inseminação artificial, um solar bem definido, uma organização com apreciáveis objectivos e dinamismo, justificando assim que a colocação de produtos no mercado seja um estímulo à manutenção da biodiversidade regional (Varelas, 2002).

5.1.1 Padrão da raça

Os bovinos de raça Alentejana são animais muito bem adaptados ao meio onde estão inseridos, a sua conformação deve-se às condições climatéricas que enfrentavam e ao seu regime alimentar. Este regime alimentar desequilibrado deu origem a um grande desenvolvimento dos cornos, da região abdominal e de toda a sua estrutura óssea. Originários de uma zona de clima seco e húmido, estes animais alimentavam-se exclusivamente de pastagens secas o que proporcionou o desenvolvimento da sua capacidade de ingestão permitindo-lhes assim sobreviver nas épocas de maior seca. Estes animais tinham como sua característica uma conformação desproporcionada, como por exemplo, o terço anterior muito desenvolvido, característica essa que foi alterada ao longo do tempo graças à selecção que tinha em vista o melhoramento da conformação dos animais e consequentemente melhores carcaças. Com tais alterações, assistiu-se também a uma mudança no regime alimentar dos animais e no seu manejo produtivo (ACBRA, s.d.).

De acordo com Ralo (1987), citado pela ACBRA (s.d.) os bovinos da Raça Alentejana apresentam as seguintes características morfológicas:

- “A pelagem é vermelha, podendo ir do retinto ao trigueiro, sendo os pêlos todos da mesma cor. São excluídos da raça, animais com interpolações de pêlos brancos ou pretos em qualquer zona do corpo, excepto na borla da cauda onde se permitem os pêlos brancos interpolados. As aberturas naturais são de cor rosada e normalmente desprovidas de pêlos, podendo ter várias tonalidades de rosa.
- A cabeça é bem desenvolvida e com um tamanho considerável. A sua maior largura é por cima dos olhos, o chanfro é recto ou ligeiramente convexo. A marrafa é de forma arredondada e coberta por pêlos mais desenvolvidos, que podem ser encaracolados.
- Os cornos são simétricos e de considerável desenvolvimento nos animais adultos, a sua cor é o branco sujo com as pontas mais escuras, quase pretas. "Nascem" no

prolongamento da marrafa e quando despontam é sempre com uma ligeira curvatura para a parte de trás da cabeça do animal, apresentando um crescimento sempre voltado para baixo, e depois dobram-se para a frente do animal tomando formas pouco variáveis.

- As orelhas encontram-se por baixo dos cornos e ligeiramente mais atrás do que estes, saem na horizontal e são revestidas de pêlos, com tamanho considerável, especialmente no bordo superior.
- O pescoço é horizontal com comprimento médio e com um diâmetro considerável. Nos machos é uma zona de deposição de gordura formando o “murrilho” ou “cachaço”.
- O dorso e o lombo são bem conformados e com tendência para o rectilíneo, tendo uma largura média.
- A garupa é comprida, bem musculada, em alguns casos descaída lateralmente, mas esta deiscência lateral tende a diminuir. A inserção do rabo é feita sobre a garupa, dando origem ao chamado rabo "apombinhado", pois sobressai muito a "pombinha". Com o diminuir da deiscência das faces laterais da garupa a inserção do rabo tende a ser cada vez menos saliente, tornando-se correcta.
- Os membros são bem aprumados, em alguns casos com os posteriores um pouco fechados, pois juntam nos curvilhões, devido à aproximação exagerada entre os isquios. Esta aproximação tem sido corrigida pelos criadores, através da selecção de animais com aprumos correctos”.

Figura 6 - Bovinos de raça Alentejana

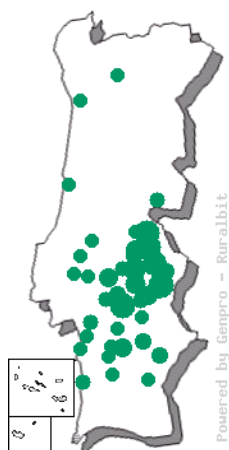


Fonte: ACBRA, s.d.

Distribuição

O Alentejo, solar de origem da raça bovina Alentejana, é uma região de clima temperado, continental e com influências mediterrâneas. É um clima que tem como característica as grandes amplitudes térmicas e a baixa pluviosidade anual que tem maior concentração no Inverno. O verão é caracterizado por ser seco e longo, facto que é prejudicial à agricultura e por sua vez à produção bovina. A área de difusão dos bovinos desta raça é essencialmente a zona Alentejana, distrito de Portalegre, Évora, Beja e alguns concelhos de Setúbal (ACBRA). A dimensão das explorações no Alentejo e distrito de Setúbal representa um encabeçamento superior a 50 bovinos em 70% das explorações (Varelas, 2002).

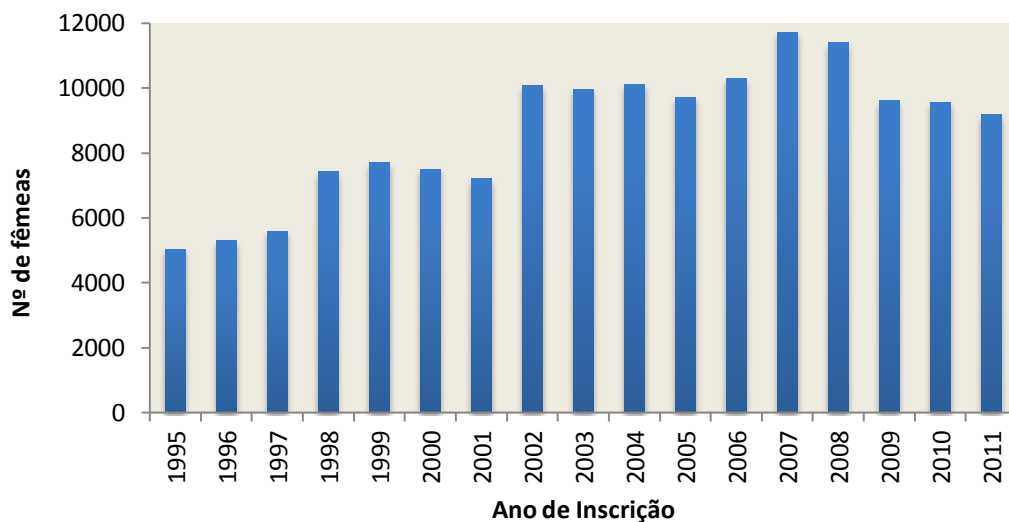
Figura 7 - Distribuição dos efectivos bovinos Alentejanos



Fonte: ACBRA, s.d.

O número de animais (fêmeas) inscritos no Livro Genealógico da raça bovina Alentejana sofre variações anuais como demonstrado no gráfico 18.

Gráfico 18 - Evolução do número de fêmeas inscritas no Livro de Adultos e exploradas em linha pura



Fonte: ACBRA, s.d.

5.1.2 Crescimento

O crescimento do animal, traduz-se por um aumento das dimensões corporais – altura, comprimento e grossura – e pelo aumento de peso vivo, quando a um animal jovem e saudável é fornecido alimento adequado, água e conveniente alojamento (Soares Costa, 2004).

Ao longo de algumas décadas tem-se verificado nos bovinos de Raça Alentejana um aumento no seu peso adulto, que actualmente se situa nos 600-700 kg para fêmeas e os 900-1100 kg para machos. Estes aumentos verificados ao longo do tempo devem-se grandemente à forte selecção feita nos animais desta raça para melhores conformações como produtores de carne (ACBRA, s.d.). A Raça Alentejana é a raça autóctone que apresenta peso mais elevado e maior porte em idade adulta. No entanto o peso ao nascimento continua a ser considerado aceitável não havendo problemas de partos nesta raça. É considerada uma raça que mostra ter maturidade tardia (Varelas, 2002).

No que diz respeito a características de carcaça, os bovinos de raça Alentejana demonstram uma razoável homogeneidade e as diferenças entre animais, diferentes criadores, meses e anos são de reduzida relevância. No entanto, existe uma certa importância na idade ao abate, sendo

que não há vantagem em prolongar essa idade além dos 22 meses. Em média o peso da carcaça situa-se nos 353kg obtendo-se um rendimento de desmancha de cerca de 70%. (ACBRA, s.d.).

As carcaças de Bovinos de Raça Alentejana, relativamente ao corte e às categorias apresentadas pela União Europeia para bovinos adultos, considerando a raça e a engorda, apresentam maioritariamente classificação R3:

- “Boa conformação
- Perfis rectilíneos no conjunto
- Bom desenvolvimento muscular
- Redondo bem desenvolvido
- Dorso espesso mas estreito à altura da pá
- Pá bem desenvolvida
- Pojadouro e alcatra ligeiramente roliços
- Gordura medianamente magra – 2 mm a 5 mm
- Músculos, excepto o redondo e a pá, cobertos de gordura
- Fracos depósitos de gordura no interior da caixa torácica, sendo os músculos intercostais ainda visíveis”

(Varelas, 2002).

5.1.3 Reprodução

A idade média ao 1º parto nas vacas de raça Alentejana tem vindo a diminuir estando hoje em dia nos 36.5 ± 7.4 meses. A estrutura etária dos efectivos é equilibrada (em machos e fêmeas). Os machos são utilizados na sua grande maioria entre os 4 e os 8 anos. Alguns machos podem ser utilizados até idades mais avançadas, sendo esses animais os favoritos dos produtores e mantidos como reprodutores. As fêmeas têm a idade de refugo situada por volta dos 12 anos de idade. A época de reprodução, em sistema de monta dirigida, tradicionalmente inicia-se com a entrada dos touros na vacada por volta de Outubro, e com a sua retirada em Abril/Maio, o que faz que os partos se iniciem no Verão e o desmame, na maioria dos casos, aconteça na altura da Primavera (ACBRA, s.d.).

O peso do vitelo macho à nascença pode ser entre 22 kg a 48 kg, com uma média de 34,7 kg e nas fêmeas de 21 kg a 40 kg com uma média de 32,2 kg (Varelas, 2002). O desmame acontece por volta dos 6/7 meses de idade. Nos últimos anos, devida à necessidade de

fornecer ao mercado carne durante todo o ano, muitos produtores optam por manter os touros todo o ano na vacada em sistema de monta livre. Segundo Dias (2008), o método de reprodução mais utilizado é a cobertura natural, existindo no entanto, algumas explorações que utilizam a inseminação artificial que é organizada e coordenada pela ACBRA. No método utilizado de monta natural, esta é normalmente controlada e dirigida em lotes de 35 a 40 vacas por touro (Varelas, C., 2002). De acordo com Dias (2008) a fecundidade das vacas Alentejanas, nas condições habituais de exploração, varia entre os 70 e os 80% com 0,8 partos por ano.

5.1.4 Sanidade

O manejo sanitário dos efectivos pecuários está compreendido no plano nacional de saúde animal e o programa sanitário da exploração deve ser elaborado entre o Criador e o Médico Veterinário. A desparasitação surge como uma necessidade absoluta para quem pretende a exploração dos animais no seu rendimento adequado (Varelas, 2002).

5.1.5 Sistema de produção

A unidade de exploração é a vacada ou o núcleo reprodutor único em regime extensivo puro. Faz-se juntamente a cria e engorda para o mercado, fazendo uso dos recursos disponíveis e as explorações estão situadas em zonas de limitado recursos de pastagens, onde a extensão superficial supera a baixa produção forrageira por hectare (Varelas, 2002). A produção de bovinos de raça Alentejana é feita em sistema semi-extensivo estando os animais raramente estabulados e alimentando-se de pastagens naturais e de algumas forragens semeadas. Devido ao clima da região alentejana, esta alimentação é desequilibrada em grande parte do ano. Por volta dos 14-16 meses de idade, os animais são submetidos a uma fase de acabamento, em que a alimentação é feita à base de concentrado e palha/feno até à idade de abate, cerca de 2 meses depois (Dias, 2008). Nos últimos anos os cuidados com a alimentação e com a cria dos animais aumentaram. Os suplementos são cada vez mais utilizados para atingir maiores performances e melhores carcaças enquanto o acompanhamento dos animais desde o seu nascimento também se tornou rotina importante.

5.1.6 Carnalentejana S.A.

No início do ano de 1992, a descida abrupta dos preços de bovinos fazia com que os produtores tivessem bastante dificuldade em escoar os seus produtos. Foi graças a esse acontecimento, que a 1 de Junho do mesmo ano foi criada, inicialmente, por 33 produtores de bovinos da raça Alentejana, a Carnalentejana S.A.. Estes tinham como objectivo

comercializarem os seus produtos ganhando dimensão no mercado e capacidade negocial. Em 2008 a Carnalentejana contava já com 132 accionistas e com um capital social de cerca de 700.000€ que corresponde a cerca de 9.500 vacas adultas em linha pura. É actualmente o maior agrupamento nacional de produtores em produção extensiva contando hoje com 129 produtores (Carnalentejana, s.d.).

Figura 8 - Logótipo da carne de qualidade específica Carnalentejana DOP



Iniciou-se após a sua criação, um processo que levou, no ano de 1996, ao reconhecimento da Carnalentejana como Denominação de Origem Protegida. Os produtos da Carnalentejana DOP têm de ter origem, obrigatoriamente, de animais da Raça Alentejana, que estejam inscritos no Livro de Nascimento e filhos de pai e mãe inscritos no Livro Genealógico da Raça Alentejana. A cadeia de produção de carnes DOP segue rigorosas especificações que vão desde o modo de produção até à comercialização, tendo todos os intermediários de seguir as especificações definidas no “Caderno de Encargos” da produção de carne DOP (Campos, 2006). Este processo permite ao consumidor ter uma maior confiança no produto.

5.1.6.1 Mercado da Carnalentejana DOP

A Carnalentejana DOP foi crescendo no mercado ao longo dos últimos anos e hoje em dia tem importantes clientes no mercado como o grupo Jerónimo Martins (Pingo Doce), SONAE (Continente), El Corte Inglés, Auchan (Jumbo e Pão de Açúcar) e E.Leclerc. Esta sociedade possui ainda lojas próprias Carnalentejana bem como restaurantes. Todas as semanas vende aos seus clientes a produção desossada e embalada a vácuo, e mais recentemente disponibiliza também hambúrgueres, almondegas, carne picada e salsichas. É possível ver-se a evolução do negócio se notarmos que em 1992 a facturação era inferior a um milhão de euros e no ano de 2008 atingiu os doze milhões de euros (Carnalentejana, s.d.).

Por Carnalentejana entende-se carcaças, peças ou preparados de animais de raça Alentejana que estejam inscritos no Livro Genealógico da Raça Bovina Alentejana.

A nível comercial, a Carnalentejana DOP pode apresentar-se das seguintes formas:

- Hemicarcaças
- Peças acondicionadas em sacos próprios
- Peças, partes de peças ou fatiados acondicionados em cuvetes
- Preparados:
 - Bife Hambúrguer em atmosfera modificada
 - Almondegas em atmosfera modificada
 - Carne Picada em atmosfera modificada
 - Salsichas em atmosfera modificada
- Congelados:
 - Bife Hambúrguer ultracongelado
 - Almondegas ultracongeladas
 - Carne Picada ultracongelada

Todos os produtos são 100% carne de bovino de Raça Alentejana provenientes de Vitelas, Vitelões, Novilhas, Novilhos, Vacas e Touros (Carnalentejana, s.d. e PTQC, s.d.).

O agrupamento de produtores, Carnalentejana, recorre a uma entidade certificadora reconhecida como Organismo Privado de Controlo e Certificação (OPC), a Certis, que dispõe de um corpo técnico especializado para desempenhar todas as acções previstas. A rastreabilidade de todos os animais abatidos é efectuada em parceria com a Associação de Criadores de Bovinos da Raça Alentejana, com sede no Assumar que, através de um corpo de Técnicos, tem a seu cargo a gestão dos livros de nascimentos e genealógicos da Raça Alentejana que são a base do completo rastreio de todos os bovinos comercializados pela Carnalentejana. Para assegurar todos os serviços de abate, desmancha, embalagem e distribuição, a Carnalentejana, tem acordos com vários matadouros e salas de desmancha com quem trabalha em regime de prestação de serviços (Carnalentejana, s.d.).

Desde Novembro de 2002 a Carnalentejana viu o seu sistema de gestão da qualidade aprovado ao abrigo das Normas EN ISO 9001:2000, certificação esta feita pela Lloyd's Register Quality Assurance. Este certificado de aprovação foi aplicado à concepção e desenvolvimento, comercialização, controlo e acompanhamento da produção e transformação de produtos da carne de bovinos da Raça Alentejana de linha pura, identificados com a marca Carnalentejana e produzidos de acordo com o seu Caderno de Especificações (Carnalentejana, s.d.).

5.2 Estudo de Caso – Produção de bovinos em modo biológico

O termo “biológico” refere-se ao modo de produção e consequentemente à rotulagem desses produtos. A produção em modo biológico, segundo Hansen et al. (2002), deve respeitar os sistemas e ciclos naturais. A produção sustentável deve ser alcançada, tanto quanto possível, com a ajuda de processos de produção biológicos e mecânicos, através de produção relacionada com os solos e sem a utilização de organismos geneticamente modificados (OGM) (Cruz, 2011).

O mercado Europeu de alimentos biológicos está a emergir da sua fase pioneira, e em alguns países está a crescer em “maturidade”. Segundo Willer e Kilcher (2011), a procura de alimentos biológicos na União Europeia e na América do Norte, os dois principais mercados de alimentos biológicos, quase duplicou na última década (Zanoli et al., 2012)

A pecuária em modo de produção biológico tem como base um sistema de criação animal em que existe uma máxima integração entre os animais e o meio ambiente para que haja um equilíbrio entre os elementos que constituem o ecossistema. É uma produção ligada a terra que permite não só ter animais saudáveis mas também o respeito pelo bem-estar animal porque aplica modelos de produção e programas sanitários ecológicos (Lázaro, 2004). Nos últimos anos, de acordo com Barcellos et al. (2010), os consumidores Europeus desenvolveram uma preferência pelas chamadas práticas “naturais”, e métodos de produção biológicos, enquanto desaprovam as modificações genéticas e o processamento excessivo dos alimentos (Wezemaal et al., 2011). A tendência de crescimento de consumo de produtos alimentares biológicos continuou no ano 2011 apesar da crise económica que se fazia sentir (Schleenbecker e Hamm, 2013).

Em Portugal, a agricultura biológica desenvolveu-se consideravelmente desde o seu início em 1985. Podemos observar na tabela 6 este desenvolvimento entre os anos 2006 a 2009. Em 2010, existiam 2 434 explorações em modo de produção biológico a cultivar 210 981 hectares, o que corresponde a 6% do total das terras agrícolas. Este crescimento foi desencadeado pela introdução e aplicação directa dos regulamentos da União Europeia em matéria de normas orgânicas e apoio financeiro desde 1993 (Crisóstomo, 2014).

Tabela 6 - Evolução da produção em modo biológico em Portugal (área de agricultura/effectivos bovinos/produtores de bovinos)

Ano	Área de agricultura em modo de produção biológico (ha)	Efectivos de bovinos em modo de produção biológico	Produtores de bovinos em modo de produção biológico
2006	215 028	59 968	366
2007	233 475	68 768	494
2008	212 462	69 097	476
2009	157 168	62 376	390

Fonte: INE 2009/2010

Nos anos 2008 e 2009 assistimos a um decréscimo nas produções de modo biológico. Esta diminuição pode dever-se em parte à complicada burocracia que os produtores têm de enfrentar no seio da produção biológica.

5.2.1 Regulamentação do modo de produção biológico

Em Junho de 2007 o Conselho (UE) adoptou o Regulamento (CE) N° 834/2007, relativo à produção biológica e à rotulagem dos produtos biológicos.

Em Setembro de 2008 o Conselho (UE) adoptou o Regulamento (CE) N° 889/2008, que estabelece as normas de execução do Reg. (CE) n° 834/2007.

Em Dezembro de 2008 o Conselho (UE) adoptou o Regulamento (CE) N° 1235/2008, que estabelece as normas de execução do Regulamento (CE) N° 834/2007 do Conselho no que respeita ao regime de importação de produtos biológicos de países terceiros (DGADR, 2015).

5.2.2 Padrão de produção animal em modo biológico

A produção animal em modo biológico, de acordo com o Regulamento (CE) N° 834/2007, deve respeitar um certo número de regras, sendo elas, em síntese:

- A origem dos animais – devem nascer e ser criados em explorações biológicas
- O alojamento dos animais
- Métodos de reprodução – geralmente naturais
- Alimentação – de origem biológica
- Prevenção de doenças

- Limpeza e desinfecção – utilização apenas de produtos autorizados pela comissão europeia

(EUR-Lex,2008).

Uma exploração pecuária em modo biológico, segundo Lázaro (2004), só conseguirá atingir objectivos satisfatórios se houver uma convergência entre as diferentes áreas científicas como a produção vegetal, a zootecnia e a higiene e sanidade animal.

5.2.3 Alimentação

Os alimentos presentes na dieta destes animais devem provir, preferencialmente da agricultura biológica, de acordo com os métodos tradicionais de pastoreio. Nos dias de hoje ainda nem todas as explorações são auto-suficientes no que diz respeito a alimentos para animais sendo que muitas vezes os produtores vêm-se obrigados a compra-los a outras explorações. Dado a esse facto muito recorrente, a legislação permite incluir uma determinada % de alimento não biológico adquirido de fontes autorizadas. As normas UKROFS (Registo de Normas de Alimentos Biológicos do Reino Unido) estabelecem que as forragens devem ter pelo menos 50% de materiais biológicos, 40% de materiais provenientes de produtores em conversão e 10% de materiais não biológicos. É de frisar, que todos os alimentos destinados à alimentação de animais em produção biológica, devem estar isentos de Organismos Geneticamente Modificados (OGM). Para cumprir todas as necessidades nutricionais dos animais, poder-se-á adicionar às rações minerais como sódio, cálcio, fósforo, magnésio, enxofre e diversos oligoelementos; assim como também vitaminas de origem natural e outros complementos (Pereira, 2005). Esta alimentação deve assegurar a 100% a satisfação das necessidades nutricionais dos animais. Na maioria é feita em pastoreio rotacional, existindo um número limite de animais por hectare que está relacionado com a concentração máxima de azoto que um solo pode absorver para evitar problemas com o mesmo (ECOLEARNING, 2008).

Tabela 7 – Número de animais por hectare de acordo com a idade

Idade	Nº de animais por hectare (170 kg de N/ha/ano)
Vitelos com menos de um ano	5
Vitelos de um a dois anos	3,3
Machos com mais de dois anos	2
Vitelas para criação / engorda	2,5
Vacas	2,5

Fonte: ECOLearning, 2008

Nas explorações em processo de reconversão, para modo de produção biológico, onde se cultive forragens e cereais para a alimentação do gado (autoabastecimento), é autorizada a inclusão de até 60% de matéria seca de alimentos em reconversão. No caso de explorações que não estejam a fazer a reconversão da agricultura, só está permitida a inclusão de 30% de matéria seca de alimentos em reconversão (ECOLEARNING, 2008).

Uma vez que os animais têm diferentes necessidades nutricionais ao longo da sua vida, estes devem estar separados por lotes: lote de engorda; lote de reposição; lote de vacas em gestação; lote de vacas paridas (ECOLEARNING, 2008).

5.2.4 Reprodução

Os objectivos da reprodução na pecuária em modo de produção biológico são a obtenção de crias saudáveis através de partos fáceis e a manutenção de raças autóctones, através de uma alimentação adequada, medidas básicas de higiene e controlando os efeitos negativos que possam existir (Lázaro, 2004). Neste tipo de produção dá-se grande preferência ao acasalamento natural embora também seja permitido o uso de inseminação artificial (não muito utilizada). É proibida qualquer outra técnica de reprodução como a transferência de embriões ou uso de hormonas. A castração física dos animais é permitida para outros usos da produção. Neste sistema o ciclo de cobrições é contínuo ao longo de todo o ano, permanecendo os touros na vacada. No entanto, há uma tentativa de concentração de partos na mesma época, que é conseguida através do efeito macho e reforço da alimentação em vitaminas e minerais (ECOLEARNING, 2008).

5.2.5 Sanidade

A sanidade animal deve basear-se na prevenção ou profilaxia, privilegiando o recurso às bases da epidemiologia e medicina preventiva para preservar e favorecer a saúde dos animais, pelo reforço da sua resistência natural. Caso seja necessário efectuar um tratamento, deve-se recorrer preferencialmente ao emprego de terapias ecológicas como é o caso da fitoterapia, mineraloterapia, carboterapia, aromaterapia, hidroterapia marinha e outras técnicas. Os medicamentos alopáticos de síntese química e, nomeadamente antibióticos são, por regra geral, proibidos mas, em situações de emergência, quando sejam necessários medicamentos sintéticos para salvar a vida dos animais ou quando não existem outros tratamentos alternativos com eficácia pretendida, poderão ser aplicados mas, após um diagnóstico e receituário de um médico veterinário (Lázaro, 2004).

5.2.6 Sistema de produção

Neste tipo de sistema de produção, não são utilizados métodos intensivos tais como a estabulação permanente ou confinamento, sendo apenas utilizados o sistema extensivo ou por vezes semi-intensivo. Por razões climatéricas, é possível que existam nas explorações determinadas instalações para protecção dos animais, instalações dessas que devem estar de acordo com os requisitos de bem-estar animal.

5.2.7 Mercado de produtos biológicos

Entre 1990 e 2000, o mercado dos produtos biológicos na Europa cresceu a uma média de 25% por ano atingindo um volume de vendas de 11 mil milhões de euros em 2004 (o valor de mercado dos produtos biológicos no mundo atingiu os 23,5 mil milhões de euros) (ECOLEARNING, 2008). Segundo Cruz (2011), o valor do mercado europeu de alimentos biológicos é estimado em 14,4 mil milhões de euros, e é considerado o maior do mundo.

A Alemanha é o maior mercado nacional na Europa, com uma quota de 30% do volume total de mercado da União Europeia. Os mercados nacionais com vendas de produtos biológicos que ultrapassam mil milhões de euros são o do Reino Unido, Itália e França. Em termos de consumo *per capita*, a Dinamarca está em primeiro lugar, com uma média de mais de 60€, seguida da Suécia (45€), Áustria (41€) e Alemanha (cerca de 40€). Em vários outros países da UE a média de gastos com produtos biológicos, por consumidor, situava-se acima dos 20€: Bélgica (29€), Holanda (26€), França (25€), Reino Unido (24€) e Itália (24€). Em 2004, e ainda segundo o relatório da Comissão Europeia, o valor dos produtos biológicos consumidos em Portugal não era significativo (ECOLEARNING, 2008). Não existem dados para o crescimento ao longo dos anos para todos os países da UE mas para os maiores mercados como a França, Alemanha, Itália e Reino Unido, o crescimento é bastante significativo. A França no período de 2005-2009 cresceu 18,1% ao ano; a Alemanha no período de 2000-2008 cresceu 14,0% ao ano; o Reino Unido no mesmo período cresceu 11,9% ao ano, e a Itália cresceu 8,7% ao ano (Cruz, 2011).

A INTERBIO estimou, em 2010, que o valor das vendas a retalho de alimentos biológicos em Portugal foi cerca de 20 a 22 milhões de Euros, o que corresponde a uma quota inferior a 0,2% do total do mercado de alimentos. A despesa média anual *per capita* de produtos biológicos é cerca de 2€. A INTERBIO relatou ainda em 2011, uma taxa média de crescimento anual de mais de 20%. Esta tendência forte de crescimento para o alimento biológico tem sido visível nos últimos anos no aumento do número de lojas especializadas, a

difusão eficaz dos mercados de agricultores biológicos e o aumento de vendas de produtos biológicos em supermercados convencionais (Crisóstomo, 2014).

Nos dias de hoje, a procura de alimentos biológicos na UE tem superado a oferta. Com isso espera-se que o comércio entre os Estados Membro e as importações de países terceiros aumentem rapidamente (Cruz, 2011).

O crescimento do consumo de produtos biológicos teve lugar pelas razões abaixo mencionadas:

- Falta de confiança nos produtos ditos convencionais, depois de uma longa fase de receio crescente face à sua qualidade;
- Determinação em evitar os resíduos de pesticidas nos alimentos;
- Determinação em comer alimentos produzidos sem o recurso a Organismos Geneticamente Modificados (OGM);
- Procura dos mais altos standards de saúde animal;
- Procura de protecção e valorização ambiental;
- Desejo de proteger o ambiente da contaminação dos OGM;
- Confiança nos programas independentes de inspecção e controlo de parâmetros legais para a produção e transformação de produtos biológicos;
- Saúde e segurança das produções e dos trabalhadores em todo o mundo.

(ECOLEARNING, 2008).

De acordo com Cruz (2011) a expansão da comercialização dos alimentos biológicos nos últimos 10 anos deve-se à disponibilidade desses produtos nas cadeias retalhistas não especializadas como os supermercados e os hipermercados, principalmente nos países do norte da Europa (Suécia, Dinamarca, Finlândia e Reino Unido). Nos países mediterrâneos como a Itália e a Espanha, as lojas especializadas são as que mais vendem os produtos biológicos.

Em Portugal, como já referido anteriormente, a produção animal em modo de produção biológico ainda não se encontra muito desenvolvida e o volume de produção é ainda muito baixo. Os canais de comercialização são escassos e a solução passa muitas vezes pela venda

directa ao consumidor. No entanto, nos dias de hoje, já se encontram produtos biológicos à venda em grandes superfícies comerciais. Embora a oferta não seja muito vasta, este é um passo importante para a expansão da venda de produtos deste tipo. O consumo deste tipo de produto é também ainda escasso, muito devido aos elevados preços relativamente a produtos semelhantes existentes nos mercados convencionais, a uma insuficiente divulgação e promoção e à falta de informação que não chega ao consumidor final.

5.2.7.1 Mercado de carne em modo de produção biológico

As carnes aparecem em terceiro lugar nas categorias de produtos biológicos que mais se vendem, representando 10% as vendas nos maiores mercados da UE. Em primeiro lugar estão as frutas e os vegetais com vendas entre 15-36% e em segundo lugar os lacticínios com 16-24% das vendas (Cruz, 2011). O mercado de carne de modo de produção biológico da Europa Central era tradicionalmente o maior no mundo; no entanto iguala-se agora ao mercado da América do Norte.

Em relação à informação de preços de carne de modo de produção biológico e produtos cárneos, segundo Napolitano et al (2009), esta é pouca e parcial, divergindo dependendo dos países e dos produtos. Em Portugal é possível comparar-se nas superfícies comerciais alguns preços de produtos cárneos “convencionais” e biológicos, tendo os produtos biológicos um preço relativamente mais elevado.

Um elemento favorável à expansão da carne em modo de produção biológica segundo a FAO (2002), citada por Napolitano et al (2009), é o facto dos compradores de produtos de origem de produção biológica tenderem a estar num segmento de renda mais elevada. Consequentemente, os supermercados têm como objectivo atrair estes mesmos clientes com grande diversidade de produtos, incluindo produtos de origem de modo de produção biológicos, como a carne de produção biológica. Graças a este facto talvez se venha a proporcionar uma baixa nos preços dos produtos biológicos comparativamente aos convencionais.

Segundo um servidor on-line (ACNielsen, 2005), os produtos biológicos são comprados maioritariamente por razões de saúde. Cerca de 2/3 dos inquiridos dizem que o produto biológico é mais saudável para os mesmos e para as crianças. O principal limite à compra de carne em modo de produção biológico permanece o preço graças aos altos custos de produção (Napolitano et al, 2009). Duas possíveis estratégias para ultrapassar esta situação, segundo o mesmo autor, são: a propagação de carne em modo de produção biológico nos supermercados,

o que torna provável a redução dos preços actuais e, a indução ao aumento da disposição a pagar por sistemas de sinalização de qualidade constante e confiáveis, capazes de fornecer um valor ético ao produto. Num questionário realizado em Espanha por Gil et al. (2000), citado por Napolitano et al (2009) concluiu-se que os consumidores estão dispostos a pagar apenas até mais 12% por carne vermelha biológica.

5.2.8 Rotulagem

Os produtos de origem biológica produzidos em Portugal são rotulados com o logótipo da UE para alimentos biológicos. Para uma melhor identificação destes produtos, entrou em vigor no dia 1 de Julho de 2010 o novo logótipo biológico da UE, a «Eurofolha» (de acordo com o Reg. (CE) nº 271/2010), com a indicação do local de produção dos ingredientes agrícolas.

Figura 9 - Eurofolha - Logótipo biológico da UE



Fonte: http://ec.europa.eu/agriculture/organic/index_pt.htm

Este logótipo é obrigatório para os alimentos biológicos pré-embalados que tenham sido produzidos em qualquer um dos Estados-Membros da UE. Juntamente com o rótulo da UE, continuarão a figurar outros logótipos privados, regionais ou nacionais (Cruz, 2011). Os consumidores portugueses estão também familiarizados com outros rótulos “orgânicos” como: AB (França), Bio-Siegel (Alemanha) e Demeter (agricultura biodinâmica), devido à predominância de produtos biológicos processados importados. Recentemente, algumas cadeias de supermercados convencional lançaram as suas próprias marcas biológicas como é o caso do Continente, da Sonae Distribuição e do Pingo Doce do Jerónimo Martins (Crisóstomo, 2014).

Parte II – Trabalho Prático

6. Metodologia

Como objectivo inicial deste trabalho pretendia-se o conhecimento do comportamento do consumidor português de carne bovina, mas efectivamente este estudo centrou-se apenas na região de Lisboa. A metodologia utilizada para esse fim baseou-se na realização de um inquérito resultante de estudos anteriores realizados na área do consumo alimentar (Anexo 1), no Ex-Departamento de Engenharia Alimentar e Agronomia Tropical, actual Secção de Engenharia Alimentar e Agronomia Tropical do ISA, Universidade de Lisboa. O inquérito realizado resultou também de estudo prévio, efectuado com um outro inquérito executado através da internet e de consulta a outros trabalhos realizados por outros autores como Banterle et al. (2012), Bernués et al. (2003), Fontes et al. (2011), Lind (2007) e Napolitano et al. (2009).. Antes da distribuição do inquérito final, realizou-se um pré-teste com alguns alunos do Instituto Superior de Agronomia para que se pudesse entender se existiam falhas, perguntas em falta e qual a reacção ao inquérito.

Para recolha de informação contou-se com a participação de cinco escolas da região de Lisboa (Santo Amaro, Raúl Lino, Alexandre Rodrigues Ferreira, Ave-Maria e Academia de Música de Santa Cecília). Nestas, realizaram-se pequenas apresentações a alunos de 2º, 3º e 4º ano, sendo posteriormente entregue aos encarregados de educação o inquérito em formato de papel (o inquérito era constituído por uma folha de apresentação e 4 folhas com questões (Anexo 1)). O objectivo deste inquérito era o conhecimento do comportamento de consumo e de compra dos consumidores de carne bovina. Mais aprofundadamente pretende conhecer-se o comportamento dos consumidores de carne de bovino de qualidade específica Carnalentejana DOP, e consumidores de carnes de modo de produção biológico (MPB), das quais se destaca a carne de bovino. No início da elaboração do inquérito foram definidos tópicos acerca dos quais se pretendia obter informações que ajudassem a elaborar o perfil dos consumidores de carne bovina (como já acima referido), Carnalentejana DOP e carne bovina de MPB. O inquérito estava dividido em cinco partes distintas com um total de 32 perguntas. Assim, a caracterização do consumidor de carne bovina foi conseguida com a análise dos inquéritos que envolvem:

Agregado familiar

Numa introdução ao inquérito realizado pretende-se caracterizar o agregado familiar dos respondentes. Pretende-se informação sobre o número de pessoas constituintes dos agregados, idades, género e formação literária. Procura-se saber qual o responsável do agregado bem como a sua idade e nível de ensino.

Consumo do agregado

Relativamente ao consumo pretende saber-se a frequência e quantidade média de consumo do agregado familiar relativo a determinados bens alimentares. As despesas médias do agregado familiar estão também presentes no inquérito para uma análise da relação entre o tipo de bens alimentares consumidos e as despesas do agregado.

Consumo de carne bovina

No que diz respeito ao consumo de carne bovina, pretende saber-se, por parte do respondente, a frequência de compra desta carne, a evolução do consumo, os motivos de compra da mesma e quais os aspectos considerados relevantes no momento da compra. É ainda questionada a origem da carne bovina consumida.

Consumo de Carnalentejana DOP

A carne de bovino de qualidade específica Carnalentejana aparece como estudo de caso neste trabalho e consequentemente está presente no inquérito realizado. Quanto ao consumidor de carne desta marca, pretende saber-se, relativamente à Carnalentejana DOP, qual a percentagem representada no consumo mensal de carne bovina, qual a imagem que o consumidor tem da mesma e quais os principais aspectos que na opinião do respondente favorecem a carne desta marca. É ainda perguntado a disponibilidade da carne bovina da marca nos locais de compras habituais e qual o diferencial de preço que o consumidor está disposto a pagar pela carne de bovino Carnalentejana DOP.

Consumo de carne bovina em modo de produção biológico (MPB)

Assim como a carne de bovino Carnalentejana DOP, a carne de bovino em modo de produção biológico também está presente no inquérito realizado. Quanto ao consumidor desta carne, pretende saber-se, qual a percentagem representada de carne de bovino em modo de produção biológico no consumo mensal de carne bovina, qual a imagem que o consumidor tem da mesma e quais os principais aspectos que na opinião do respondente favorecem esta carne. É

ainda perguntado a disponibilidade da carne bovina de modo de produção biológico nos locais de compras habituais e qual o diferencial de preço que o consumidor está disposto a pagar por esta mesma carne.

A carne bovina Carnalentejana DOP foi escolhida como estudo de caso por representar um caso de sucesso no mercado de carne bovina e por isso o interesse em conhecer os consumidores da mesma marca. A carne em modo de produção biológico foi escolhida por representa uma interessante alternativa à produção convencional, alternativa essa que poderá vir a ganhar mais espaço de mercado em Portugal como tem acontecido em outros países na União Europeia.

Inquérito

O inquérito foi distribuído por cinco escolas da região de Lisboa, três escolas públicas e duas escolas privadas. Com esta acção nas escolas teve-se como objectivo captar a atenção dos alunos para o tema “Alimentação Saudável – A carne Bovina na nossa alimentação”. Foram realizadas apresentações de aproximadamente meia hora onde se falou da importância da alimentação saudável, da importância da carne bovina na alimentação e onde foi introduzido o tema “a carne em modo de produção biológico”. Esta abordagem tinha como objectivo captar o interesse dos alunos para que fosse possível obter o maior número de respostas possíveis por parte dos encarregados de educação.

Foram distribuídos no total 265 inquéritos sendo que foram recebidas 154 respostas (uma taxa de resposta de cerca de 58%), dos quais 152 foram utilizadas uma vez que as duas restantes não apresentavam coerência.

7. Resultados e Discussão

Foi utilizada neste trabalho uma amostra de conveniência, não probabilística, não sendo possível generalizar os resultados obtidos à população portuguesa. O inquérito foi respondido por indivíduos que aceitaram participar num projecto escolar sobre o tema de alimentação saudável. Assim, não é possível dizer-se que o processo amostral garanta que a amostra seja representativa.

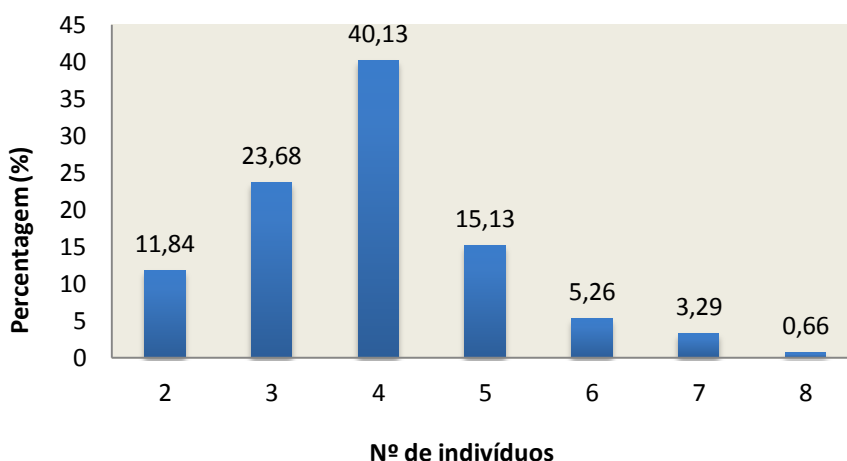
De seguida apresentam-se algumas características da amostra.

7.1 Caracterização da amostra

A composição dos agregados familiares está representada no gráfico 19. A composição média familiar é de 3,91 membros por agregado familiar. O grupo com maior representatividade é o de 4 membros por agregado (40,13%).

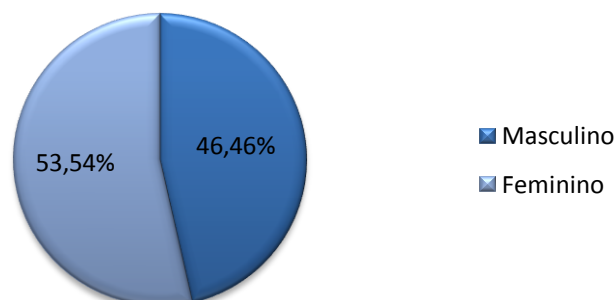
Esta amostra não representa bem a realidade portuguesa pois segundo o INE (2012), a dimensão média dos agregados familiares em 2011 foi 2,6, sendo os grupos com maior representatividade constituídos por agregados com 2 pessoas (cerca de 33%) e com 3 pessoas (cerca de 25%).

Gráfico 19 - Composição do agregado familiar



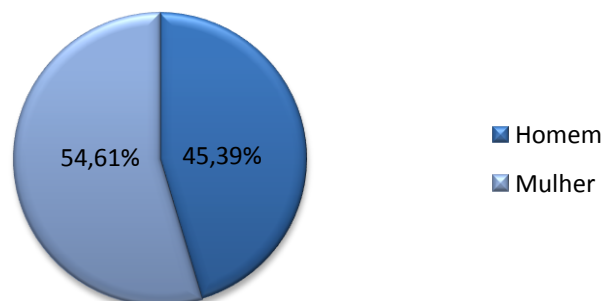
A repartição dos membros dos agregados familiares de acordo com o sexo está presente no gráfico 20. A maior parte dos indivíduos constituintes dos agregados são do sexo feminino (53,54%). Esta amostra mostra-se de acordo com os dados do INE (2012) com 52,22% dos indivíduos sendo mulheres e 47,78% homens.

Gráfico 20 - Composição do agregado familiar de acordo com o género



No gráfico 21 pode ver-se que a maioria dos responsáveis do agregado familiar é do sexo feminino (54,61%). A média de idades do principal responsável é de cerca de 41,9 anos.

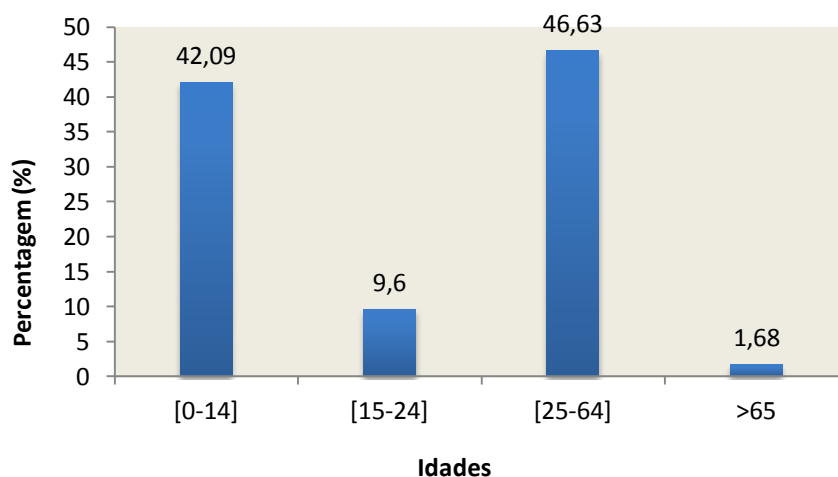
Gráfico 21 – Principal responsável do agregado familiar



A repartição de idades dos membros dos agregados familiares está presente no gráfico 22. A grande maioria dos indivíduos pertence à classe de [25-64] anos. (46,63%). A classe [0-14] anos onde estão inseridas as crianças representa 42,09% dos indivíduos.

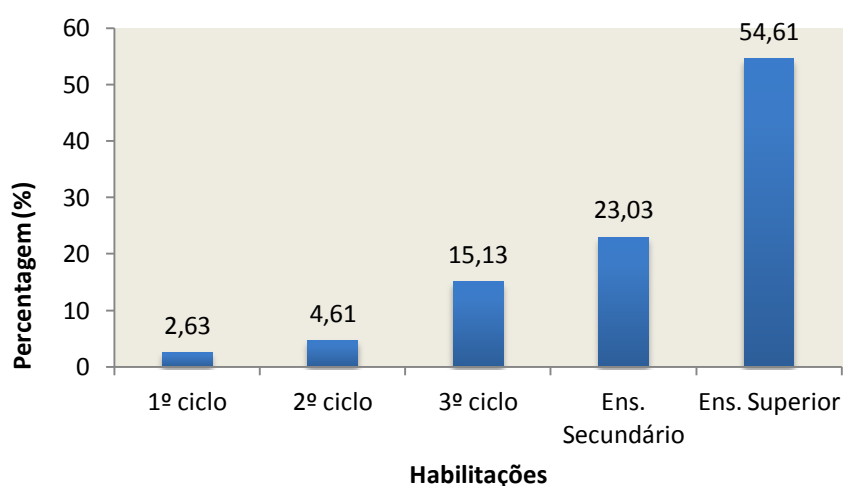
A distribuição da população de acordo com a faixa etária em 2011 mostra 55,2% da população está na faixa dos 25 a 64 anos; a faixa dos 0 aos 14 anos representa 14,9% da população, dos 15 aos 24 anos representa 10,9% e dos 65 anos ou mais 19% da população (INE, 2012). A maior diferença nos resultados encontra-se na faixa etária dos [0-14] anos de idade. Esta diferença pode ser justificada pela metodologia utilizada.

Gráfico 22 - Idades do agregado familiar



No gráfico 23 está representada a divisão das habilitações literárias dos responsáveis pelo agregado familiar.

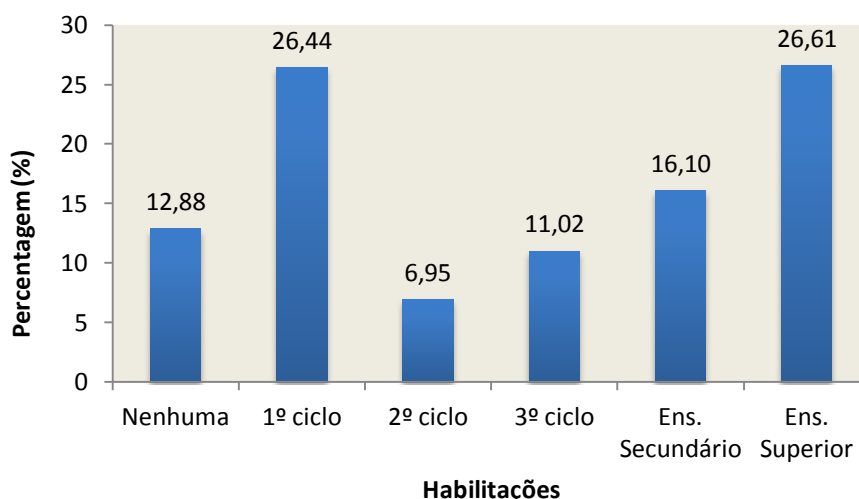
Gráfico 23 - Habilitações literárias do principal responsável do agregado familiar



Relativamente ao total de membros dos agregados familiares observamos uma maior percentagem de indivíduos com o ensino superior (26,61%) e com o 1º ciclo (26,44%). Isto acontece devido à metodologia utilizada neste inquérito.

Os níveis de escolaridade, segundo o INE (2012), que em 2011 apresentaram uma maior percentagem de indivíduos foram o 1º ciclo com 29,85% e o ensino secundário com 16,76%. Seguem-se o 3º ciclo (15,73%), Ensino Superior (15,43%), 2º ciclo (10,40%) e por fim a população sem nenhum nível de ensino (8,47%).

Gráfico 24 - Habilitações literárias do agregado familiar

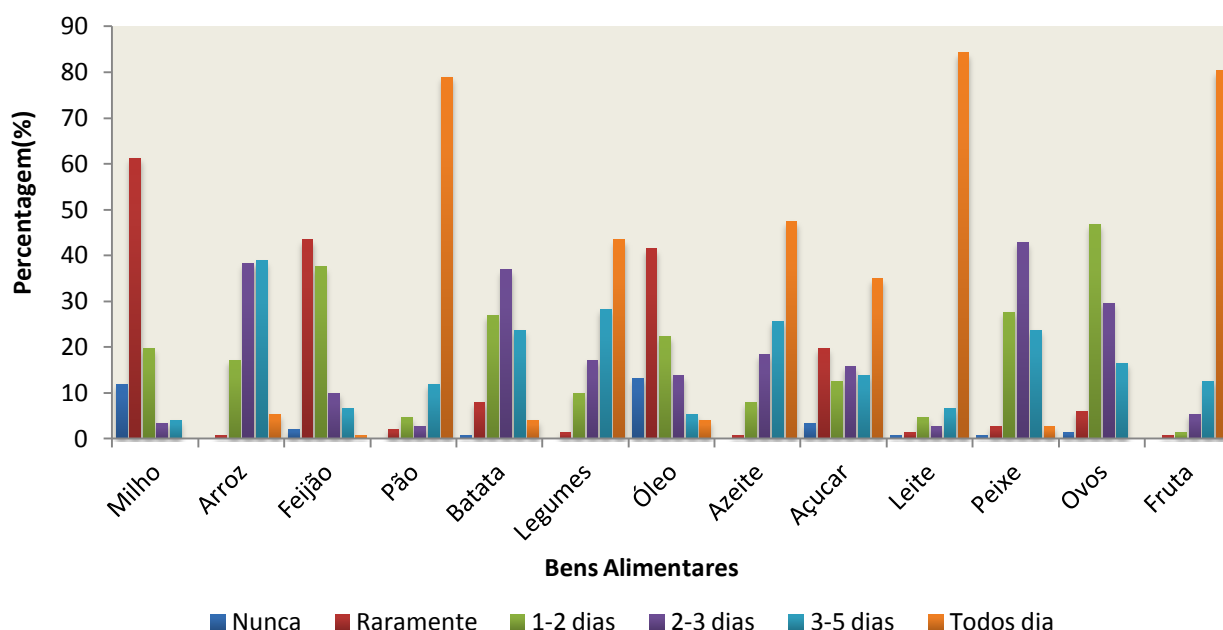


Na tabela 9 é possível analisar as frequências de consumo dos agregados familiares relativamente a alguns bens alimentares. O gráfico 25 permite facilitar a mesma análise; neste pode ver-se que a classe de frequência de consumo “Todos os dias” apresenta com maior frequência percentagens mais altas (Pão 73,74%; Legumes 47,49%; Açúcar 37,43%; Fruta 72,63%; Azeite 51,96% e Leite 63,13%). Já a classe de frequência de consumo “Nunca” é que apresenta valores mais baixos, sendo no Milho que se observa um valor mais elevado (13,41%). Os alimentos menos consumidos são o Milho e o Óleo.

Tabela 8 – Frequência de consumo do agregado familiar de alguns bens alimentares (por semana)

	Nunca (%)	Raramente (%)	1-2 Dias (%)	2-3 Dias (%)	3-5 Dias (%)	Todos os dias (%)
Milho	11,84	61,18	19,74	3,29	3,95	0,00
Arroz	0,00	0,66	17,11	38,16	38,82	5,26
Feijão	1,97	43,42	37,50	9,87	6,58	0,66
Pão	0,00	1,97	4,61	2,62	11,84	78,95
Batata	0,66	7,89	26,97	36,84	23,68	3,95
Legumes	0,00	1,32	9,87	17,11	28,29	43,42
Óleo	13,16	41,45	22,37	13,82	5,26	3,95
Azeite	0,00	0,66	7,89	18,42	25,66	47,37
Açúcar	3,29	19,74	12,50	15,79	13,82	34,87
Leite	0,66	1,32	4,61	2,63	6,58	84,21
Peixe	0,66	2,63	27,63	42,76	23,68	2,63
Ovos	1,32	5,92	46,71	29,61	16,45	0,00
Fruta	0,00	0,66	1,32	5,26	12,50	80,26

Gráfico 25 - Frequência de consumo do agregado familiar de alguns bens alimentares (por semana)

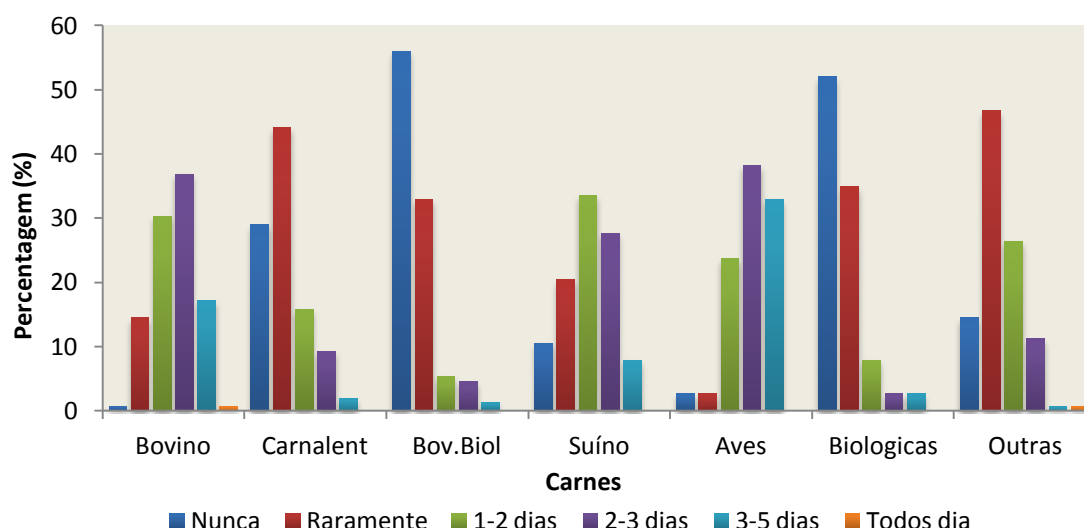


Na tabela 10 pode analisar-se as frequências de consumo de diferentes carnes por parte dos agregados familiares. No gráfico 26 pode ver-se que a carne bovina é consumida pelos agregados familiares maioritariamente “2 a 3 dias” por semana (36,84%). Segundo os respondentes, 44,08% admitem consumir “Raramente” carne de bovino da marca Carnalentejana e 28,95% dizem “Nunca” ter consumido carne da mesma marca. Relativamente à carne de bovino em modo de produção biológico, é possível observar que 55,92% dos inquiridos diz “Nunca” ter consumido esta carne. Ainda assim, cerca de 32,89% diz consumir “Raramente” a mesma. A carne de suíno é consumida com maior frequência (33,55%) “1 a 2 dias” por semana. A carne de aves demonstra ser a carne consumida com maior frequência pelos agregados familiares, 38,16% dos respondentes admite consumir a mesma entre “2 a 3 dias” por semana e 32,89% admite consumir a mesma “3 a 5 dias” por semana. Em relação a outras carnes em modo de produção biológico é possível observar-se que se repete o padrão analisado na carne de bovino em modo de produção biológico sendo que 51,97% dos respondentes diz “Nunca” ter consumido estas carnes. As outras carnes (borrego, cabrito coelho, etc.) são consumidas mais “Raramente” (46,71%).

Tabela 9 – Frequência de consumo do agregado familiar de diferentes tipos de carnes (por semana)

	Nunca (%)	Raramente (%)	1-2 Dias (%)	2-3 Dias (%)	3-5 Dias (%)	Todos os dias (%)
Bovino	0,66	14,47	30,26	36,84	17,11	0,66
Carnalentejana	28,95	44,08	15,79	9,21	1,97	0,00
Carne Bovino MPB	55,92	32,89	5,26	4,61	1,32	0,00
Suíno	10,53	20,39	33,55	27,63	7,89	0,00
Aves	2,63	2,63	23,68	38,16	32,89	0,00
Outras Carnes MPB	51,97	34,87	7,89	2,63	2,63	0,00
Outras	14,47	46,71	26,32	11,18	0,66	0,66

Gráfico 26 - Frequência de consumo do agregado familiar de diferentes tipos de carnes (por semana)



A pergunta 2.2 do inquérito realizado questionava os respondentes sobre as quantidades consumidas por semana de bens alimentares pelos agregados familiares. Para auxiliar os respondentes foram dadas algumas hipóteses de resposta em formato de intervalos de quantidades consumidas: 0g; [0-200g]; [200-500g]; [500g-1kg]; [1-2kg]; [2-3kg]; [3-4kg] e [+4kg]. Foram também facultadas as quantidades aproximadas que cada produto representaria (anexo 1). De acordo com a tabela 11, onde temos valores correspondentes à média de cada intervalo (0g; 100g; 350g; 750g; 1,5kg; 2,5 kg; 3,5 kg e 4kg (representando o consumo de 4 ou mais kg)), pode observar-se que o bem alimentar menos consumido é o Milho (34,87% para 0 g). O Feijão, Açúcar e Ovos são consumidos em maioria, segundo os respondentes, em

quantidades de 100g por semana (53,29%, 67,764% e 34,87% respectivamente). Também o Milho é consumido em maioria na quantidade de 100g por semana (57,89%). O Arroz, Pão, Batata e Legumes em maioria, são bens consumidos pelos agregados familiares em quantidades de 350g segundo os respondentes (40,79%, 25,66%, 28,29% e 29,61 respectivamente). Os Ovos são consumidos na também em quantidades de 350g por semana na mesma frequência que anteriormente (34,87%). Segundo os respondentes, o Peixe é consumido, em maioria, em quantidades de 750g por semana (26,97%). 19,74% dos respondentes indica que consome fruta em quantidades de 2,5 kg por semana. A fruta é ainda o bem alimentar que apresenta maior percentagem de respostas (13,82%) na classe de 4kg de bens consumidos.

Tabela 10 - Quantidades consumidas pelo agregado familiar de alguns bens alimentares (por semana)

	0 g (%)	100 g (%)	350 g (%)	750 g (%)	1,5 kg (%)	2,5 kg (%)	3,5 kg (%)	4 kg (%)
Milho	34,87	57,89	4,61	2,63	0,00	0,00	0,00	0,00
Arroz	1,32	15,13	40,79	25,00	9,21	5,92	1,97	0,66
Feijão	14,47	53,29	22,37	5,92	1,97	1,97	0,00	0,00
Pão	2,63	16,45	25,66	20,39	20,39	9,21	3,95	1,32
Batata	4,61	21,71	28,29	22,37	15,13	5,92	1,32	0,66
Legumes	3,95	7,24	29,61	23,03	15,13	14,47	3,29	3,29
Açúcar	5,92	67,76	15,13	7,89	1,32	0,66	0,66	0,66
Peixe	5,92	8,55	24,34	26,97	23,68	4,61	1,97	3,95
Ovos	6,58	34,87	34,87	15,13	6,58	0,66	0,66	0,66
Fruta	1,32	3,95	13,16	17,76	17,76	19,74	12,50	13,82

O óleo, segundo os respondentes, é consumido em maioria (52,63%) numa quantidade de 0,1 litros por semana enquanto o azeite é consumido pelos agregados familiares com maior frequência (44,08%) em quantidades de 0,35 litros por semana. O leite, com uma distribuição mais uniforme de quantidades consumidas, é, segundo os respondentes, consumido com maior frequência pelos agregados em quantidades de 4 lt (37,50%).

Tabela 11 – Quantidades consumidas pelo agregado familiar de alguns bens alimentares (por semana)

	0 lt (%)	0,1 lt (%)	0,35 lt (%)	0,75 lt (%)	1,5 lt (%)	2,5 lt (%)	3,5 lt (%)	4 lt (%)
Óleo	24,34	52,63	12,50	6,58	1,32	1,32	0,66	0,66
Azeite	2,63	22,37	44,08	19,74	8,55	1,97	0,00	0,656
Leite	2,63	5,26	3,29	8,55	13,82	13,82	15,13	37,50

Pode observar-se, na tabela 13 as quantidades médias de diferentes tipos de carnes consumidas pelos agregados familiares dos respondentes. A carne de bovino, segundo 26,32% dos respondentes, é consumida com maior frequência em quantidades de 750g por semana. Dentro das carnes de bovino, temos a Carnalentejana que, segundo grande parte dos respondentes (51,32%) não é consumida semanalmente, embora cerca de 25% dos consumidores admitam consumir 100g por semana desta carne. Ainda na carne de bovino temos a carne em modo de produção biológico que segue o mesmo tipo de distribuição que a carne da marca Carnalentejana com 67,76% dos inquiridos a responderem não consumir esta carne semanalmente (0 g) e cerca de 19,74% a admitir consumir 100g desta carne por semana. A carne de suíno é consumida com maior frequência (26,32%) em quantidades de 350 g por semana. A carne de aves é igualmente consumida em quantidades de 350g e 750g por semana (26,32%) segundo os respondentes. As outras carnes em modo de produção biológico seguem a mesma tendência da carne de bovino em modo de produção biológico, com 64,47% dos inquiridos a admitirem não consumir esta carne semanalmente e 25% a consumir 100g por semana. Outras carnes como coelho, borrego, cabrito etc. são consumidas maioritariamente em pequenas quantidades, sendo que 33,55% dos respondentes admitem não consumir estas carnes semanalmente (0 g por semana).

Tabela 12 – Quantidades consumidas pelo agregado familiar de diferentes tipos de carnes (por semana)

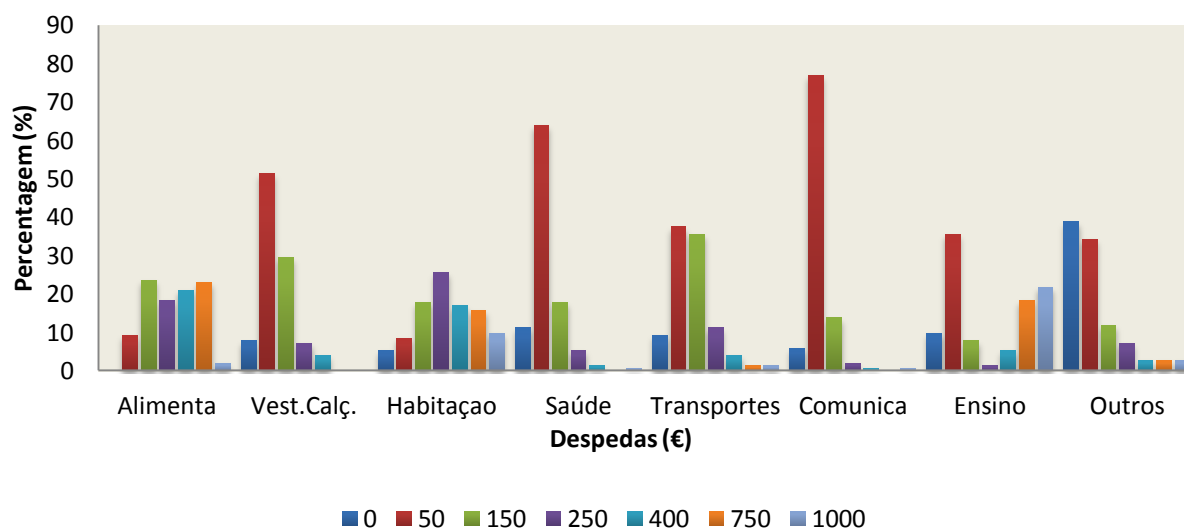
	0 g (%)	100 g (%)	350 g (%)	750 g (%)	1,5 kg (%)	2,5 kg (%)	3,5 kg (%)	4 kg (%)
Bovino	5,92	16,45	25,00	26,32	18,42	5,26	2,63	0,00
Carnalentejana	51,32	25,00	13,82	5,26	3,95	0,00	0,00	0,66
Bovino MPB	67,76	19,74	5,92	2,63	2,63	1,32	0,00	0,00
Suíno	19,08	16,45	26,32	17,76	15,13	1,97	1,32	1,97
Aves	6,58	7,89	26,32	26,32	23,03	4,61	2,63	2,63
Outras Carnes MPB	64,47	25,00	3,95	3,95	1,97	0,66	0,00	0,00
Outras	33,55	32,89	22,37	5,92	3,95	0,66	0,00	0,66

Os respondentes que admitem o consumo de Carnalentejana e carne de bovino em modo de produção biológico por parte dos agregados familiares, demonstram que com maior frequência consomem este tipo de carne em quantidades de 100 g por semana (25,00% e 19,74% respetivamente).

A pergunta 2.3 questionava os respondentes sobre as despesas mensais dos agregados familiares. Para auxiliar os respondentes, foram dadas algumas hipóteses de resposta em intervalos de despesas mensais: 0 €; [0-100 €]; [100-200 €]; [200-300 €]; [300-500 €]; [500-1000 €] e > 1000 €. No gráfico 27 pode observar-se que nas despesas com a alimentação os respondentes dizem gastar maioritariamente entre 150€ (23,68%), 250€ (18,42%), 400€ (21,05%) e 750€ (23,02%). Relativamente a despesas com vestuário e calçado, saúde, transportes, comunicação e ensino, os agregados familiares despendem em maioria 50€ por mês. Nas despesas com a habitação 25,66% dos inquiridos dizem despende 250€ mês. Em relação a outras despesas que possam existir, 34,21% dos respondentes dizem despende 50€ enquanto 38,66% dizem não ter despesas extras.

Em 2010/2011, segundo o INE (2012), as despesas médias mensais dos agregados familiares foram menores que 500€. De acordo com estes dados disponíveis as despesas médias mensais dos agregados familiares com produtos alimentares e bebidas foram cerca de 225€; Vestuário e calçado 63€; habitação 497€; saúde cerca de 99€; transportes 246€; comunicações 57€; ensino cerca de 37€, e outras despesas em cerca de 444€. A amostra representa bem a realidade portuguesa com todas as despesas dos agregados abaixo de 500€ mensais mas é possível observar também algumas diferenças. Relativamente à amostra, os valores médios mensais são superiores no que diz respeito a produtos alimentares e bebidas (363€), vestuários e calçado (104€) e comunicações (73€). As despesas com o ensino são muito superiores à realidade da população portuguesa, cerca de 409€. Esta diferença nos resultados da nossa amostra pode dever-se à metodologia utilizada uma vez que duas das cinco escolas que participaram dos inquéritos são escolas privadas.

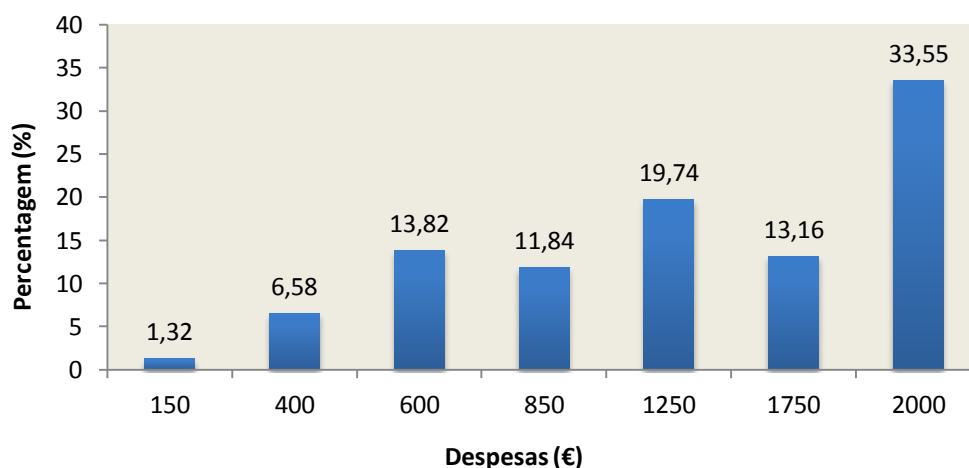
Gráfico 27 - Despesas mensais do agregado familiar



No gráfico 28 pode analisar-se o total de dinheiro despendido pelos agregados familiares para as despesas mensais. 33,35% dos respondentes afirma despende 2000€ mensais no total das despesas e 19,74% admite despende 1250€. Pode ver-se ainda que 1,32% dos respondentes diz despende apenas 150€ por mês.

De acordo com o INE (2012), a despesa total mensal média por agregado foi em 2010/2011 de cerca de 1699€. Segundo a nossa amostra a despesa total média mensal é de cerca de 1360€.

Gráfico 28 - Total de despesas mensais do agregado familiar

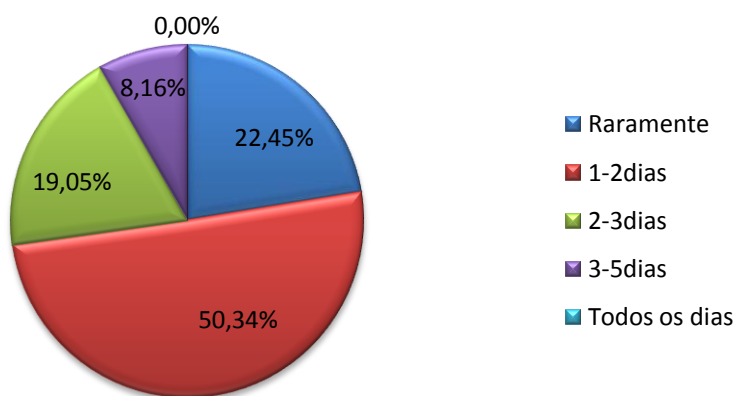


7.2 Comportamento dos consumidores de carne bovina

Das 152 respostas aceites, 5 respondentes não indicaram se consumiam carne bovina, ou seja, 96,7% dos respondentes são consumidores desta carne. A partir da segunda parte do inquérito, as respostas passam a ser direccionadas para o respondente (152 respondentes) e não para o seu agregado familiar.

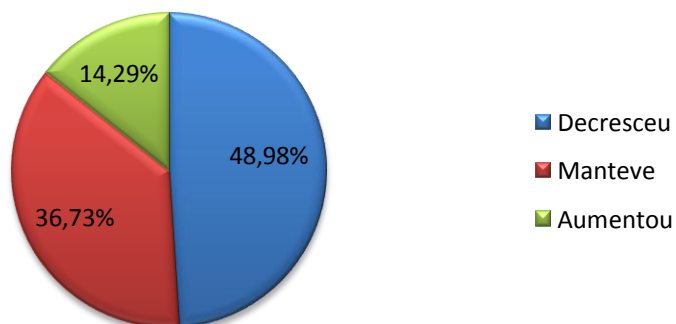
O gráfico 29 representa a frequência de compra dos respondentes de carne bovina por semana. A maioria (50,34%) diz comprar esta carne 1 a 2 dias por semana. É também possível verificar, como seria de esperar, que nenhum dos respondentes compra carne bovina diariamente.

Gráfico 29 - Frequência de compra de carne bovina (semanal)



No gráfico 30 pode ver-se que quase 50% dos inquiridos (48,98%) admite que o seu consumo de carne bovina nos últimos 5 anos decresceu. Outros 36,73% admitem terem mantido o consumo e apenas 14,29% dizem ter aumentado o mesmo.

Gráfico 30 - Evolução do consumo de carne bovina nos últimos 5 anos



A pergunta 3.3 do inquérito realizado, questiona os inquiridos acerca dos motivos que levam à compra de carne bovina. Nesta pergunta os inquiridos poderiam assinalar várias respostas de acordo com os seus motivos pessoais. Na tabela 14 pode observar-se as frequências das respostas dadas pelos 147 respondentes consumidores de carne bovina.

Dos 147 respondentes, 59,18% apontam a Satisfação como o principal motivo de compra. A Tradição Familiar, Saúde/Nutrição e Facilidade de Consumo foram os motivos seguintes mais apontados para a compra de carne bovina (34,69%; 30,61% e 27,89% respectivamente). Pode ver-se na tabela que apenas 4,40% dos 147 respondentes admitem que a Segurança que têm na carne bovina que consomem é motivo para a compra da mesma.

Tabela 13 – Motivos de compra de carne bovina

Motivos de Compra	%
Facilidade de Compra	27,21
Facilidade de Consumo	27,89
Preço	21,09
Refeições Ocasionais	21,09
Satisfação	59,18
Saúde/Nutrição	30,61
Segurança	3,40
Tradição Familiar	34,69
Outro	4,082

A pergunta 3.4 questionava os inquiridos sobre os aspectos que para eles seriam relevantes no momento da compra de carne bovina. Nesta pergunta poderiam assinalar várias respostas. Como é possível observar na tabela 15, 73,47% dos respondentes admitem que os aspectos qualitativos (cor, teor de gordura, suculência, tenrura) são os aspectos mais relevantes no momento de compra. O preço e o país de origem (53,06% e 48,98% respectivamente) são os segundo e terceiro aspectos mais apontados como relevantes no momento de compra. Apenas dois respondentes (1,36%) indicaram outro aspecto relevante no momento de compra (confiança no fornecedor).

Tabela 14 – Aspectos relevantes no momento de compra de carne bovina

Aspectos relevantes	%
Qualitativos (cor, teor de gordura, suculência, tenrura)	73,47
Bem-estar animal	11,56
Certificação	25,17
Informação Nutricional	8,84
Marca	11,56
Modo de produção	15,65
País de origem	48,98
Preço	53,06
Processamento (Matadouro)	7,48
Nenhum dos anteriores	1,36
Outros	1,36

A origem da carne bovina consumida pelos respondentes está representada na tabela 16. Nesta pergunta os respondentes podiam mais uma vez assinalar mais do que uma resposta. É possível constatar que 79,59% dos 147 respondentes diz consumir carne bovina de origem nacional, 12,93% dizem consumir carne importada da Argentina e 9,52% de Espanha. Cerca de 23,13% dos indivíduos não sabem a origem da carne consumida. Dois respondentes (1,36%) afirmam consumir carne bovina oriunda de outro local não especificado nas hipóteses de resposta (Nova Zelândia e Holanda).

Tabela 15 – Origem da carne bovina consumida

Origem	%
Nacional	79,59
Espanha	9,52
Irlanda	2,04
Reino Unido	1,36
Polónia	0,68
Uruguai	2,72
Brasil	8,84
Argentina	12,93
Não sabe	23,13
Outro	1,36

7.3 Comportamento dos consumidores de carne bovina Carnalentejana DOP

A quarta parte do inquérito realizado diz respeito ao consumo de carne bovina Carnalentejana DOP.

Pode ver-se no gráfico 31 que 80,26% dos 152 respondentes conhecem a marca Carnalentejana.

Dos 152 respondentes, 70,39% afirmaram já ter consumido carne de bovino Carnalentejana DOP (gráfico 32). Novamente, a partir deste ponto apenas se aceitaram as respostas positivas, contando um total de 107 respostas.

Gráfico 31 - Conhecimento da marca Carnalentejana

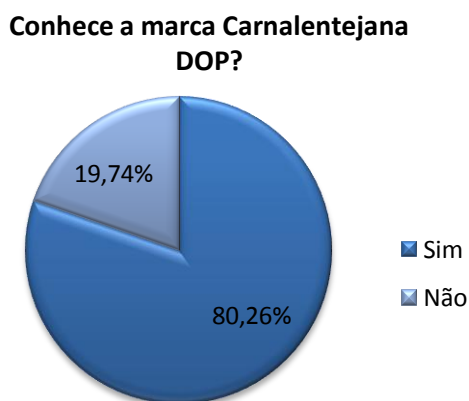
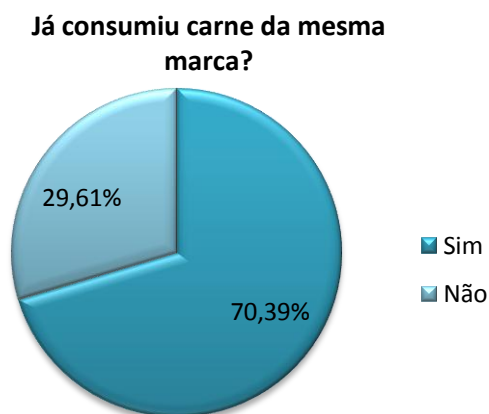


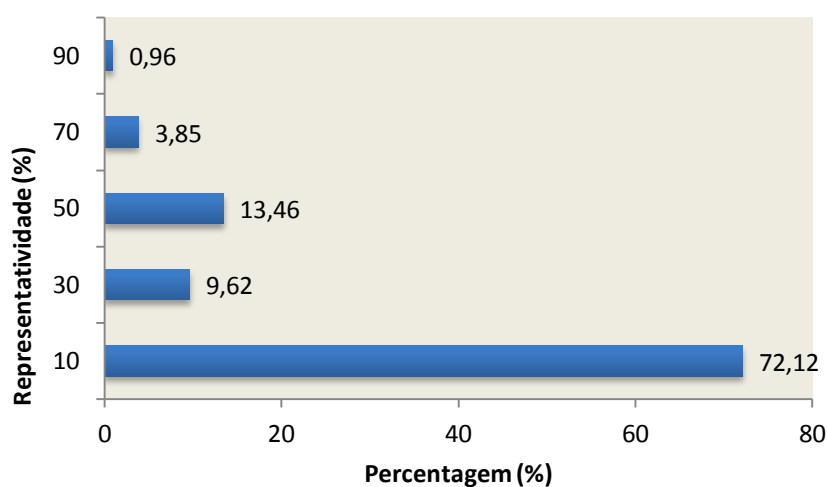
Gráfico 32 - Consumo de carne da marca Carnalentejana



A pergunta 4.3 questiona a representatividade (em percentagem) do consumo de Carnalentejana no consumo mensal de carne bovina e está representada no gráfico 33.

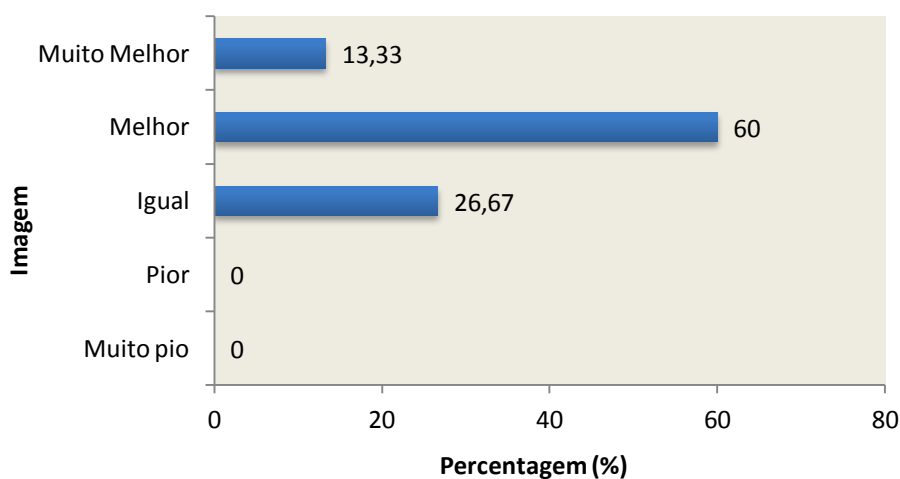
A grande maioria dos indivíduos que consomem ou já consumiram Carnalentejana (72,12%), diz que esta representa em média cerca de 10% do consumo total de carne bovina mensal ([0-20%]). É possível observar que cerca de 13,46% dos respondentes admite que a carne desta marca representa 50% do total de carne bovina consumida mensalmente [(40-60%)].

Gráfico 33 - Representatividade do consumo mensal de carne bovina da marca Carnalentejana



Em relação à imagem que os respondentes têm da carne bovina da marca Carnalentejana (gráfico 34) pode dizer-se que a maioria vê a marca como sendo Melhor (60,00%). 26,67% dos respondentes vê a carne desta marca como Igual à carne bovina “convencional” e 13,33% diz ser Muito melhor.

Gráfico 34 - Imagem da marca Carnalentejana segundo os respondentes



A pergunta 4.5 questionava os inquiridos acerca dos principais aspectos que na sua opinião favoreciam a carne da marca Carnalentejana. Nesta pergunta os respondentes poderiam escolher mais do que uma hipótese de resposta.

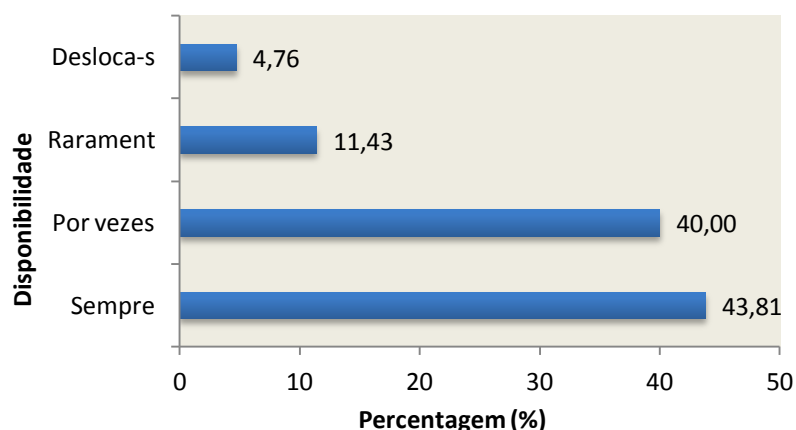
A maioria dos 107 respondentes (49,53%) indicou o incentivo à produção nacional como um dos principais aspectos que favorece a marca Carnalentejana e 35,51% indicaram também o sabor como outro dos aspectos mais favoráveis. Também se mostraram importantes, aspectos como: o aspecto mais natural da carne (34,58%), a ideia de ser uma carne mais saudável (29,91%), a Suculência da carne (28,97%), o modo de produção (28,04%) e a cor da carne (25,23%) (tabela 17). Os aspectos menos seleccionados pelos consumidores foram o teor de gordura desta carne e a Publicidade/Marketing (6,54% e 8,41% respectivamente). Este último pode dever-se ao facto de a publicidade feita a esta marca ser praticamente inexistente e não existirem grandes campanhas de marketing em torno da mesma.

Tabela 16 – Aspectos que favorecem a carne da marca Carnalentejana

Aspectos que favorecem a Carnalentejana	%
Aroma	16,82
Aspecto mais Natural	34,58
Bem-estar animal	15,89
Cor da Carne	25,23
Incentivo à Produção Nacional	49,53
Mais Saudável	29,91
Modo de Produção	28,04
Publicidade/Marketing	8,41
Sabor	35,51
Segurança Alimentar	18,69
Suculência	28,97
Tenrura	22,43
Teor de Gordura	6,54

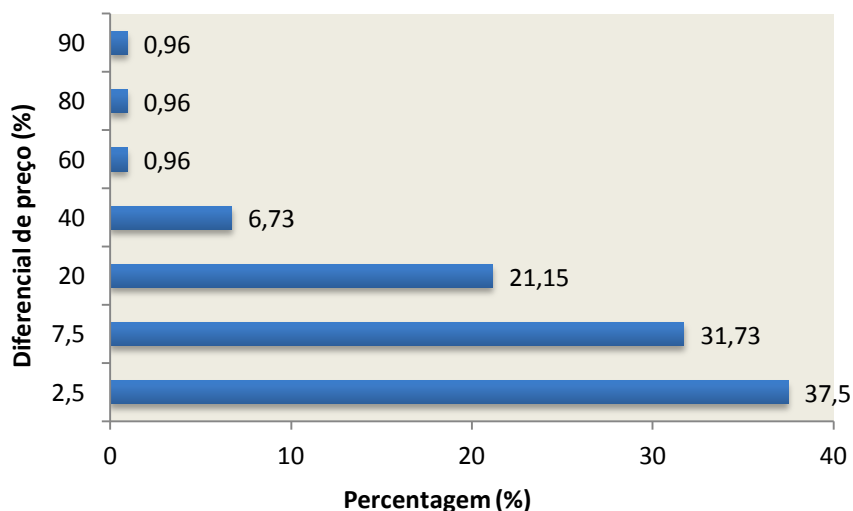
No gráfico 35 encontra-se representada a disponibilidade da carne de bovino Carnalentejana DOP no local de compras habitual. Como é possível observar, a grande maioria dos respondentes diz que a carne desta marca está Sempre (43,81%) ou Por vezes (40,00%) disponível no local onde habitualmente realizam as suas compras. Apenas 4,76% dos respondentes admite deslocar-se a um estabelecimento diferente para obter este produto.

Gráfico 35 - Disponibilidade da marca Carnalentejana no local de compras habitual



No gráfico 36 pode observar-se o diferencial de preço que os respondentes estão dispostos a pagar pela carne bovina de marca Carnalentejana relativamente à carne “convencional”. A classe de 2,5% (pertencente ao intervalo [0-5%]), 7,5% (pertencente ao intervalo [5-10%]) e 20% (pertencente ao intervalo [10-30%]) foram escolhidas como resposta com maior frequência (37,5%, 31,73% e 21,15% respectivamente). As classes de 60%, 80% e 90% foram escolhidas com a mesma frequência (0,96%).

Gráfico 36 - Disposição do diferencial de preço a pagar pela marca Carnalentejana



Quis perceber-se se existiria alguma ligação entre o consumo de carne bovina de marca Carnalentejana e o nível de ensino do principal responsável do agregado assim como com as despesas totais do agregado.

Relativamente ao nível de ensino é possível ver na tabela abaixo que este não existem grandes diferenças entre responsáveis com ou sem ensino superior.

Tabela 17 - Consumo de Carnalentejana de acordo com o nível de ensino do principal responsável do agregado familiar

Consumo de Carnalentejana		
Nível de Ensino	Nº pessoas	%
Com Ensino Superior	60	56,07
Sem Ensino Superior	47	43,93

Quanto às despesas totais dos agregados também é possível observar que se encontram algumas diferenças. No entanto os agregados que gastam cerca de 2000€ por mês são os que mais consomem carne desta marca (33,64%).

Tabela 18 - Consumo de Carnalentejana de acordo com as despesas totais dos agregados familiares

Consumo de Carnalentejana		
Despesas Totais	Nº de agregados que consomem	%
150	2	1,87
400	7	6,54
600	13	12,15
850	15	14,02
1250	18	16,82
1750	16	14,95
2000	36	33,64

Pode concluir-se com as tabelas acima que na nossa amostra o nível de ensino não influencia o consumo desta carne e que os agregados com maiores despesas mensais totais são aqueles que mais consomem a carne bovina de marca Carnalentejana.

7.4 Comportamento dos consumidores de carne bovina em modo de produção biológico

A quinta e última parte do inquérito realizado diz respeito ao consumo de carne bovina em modo de produção biológico. No início da referida última parte volta a contar-se com 152 respostas.

O gráfico 37 aponta para que 79,61% dos respondentes conhecem ou já ouviram falar em carne de modo de produção biológico. No entanto, é de ressaltar que 20,39% dos respondentes (31 indivíduos) não conhecem ou nunca ouviram falar do mesmo tipo de carne.

Dos 152 respondentes, 46,71% afirmaram já ter consumido carne de modo de produção biológico (gráfico 38). Novamente, a partir deste ponto apenas se aceitaram as respostas positivas, contando um total de 71 respostas.

Gráfico 37 – Conhecimento do consumidor da carne em modo de produção biológico

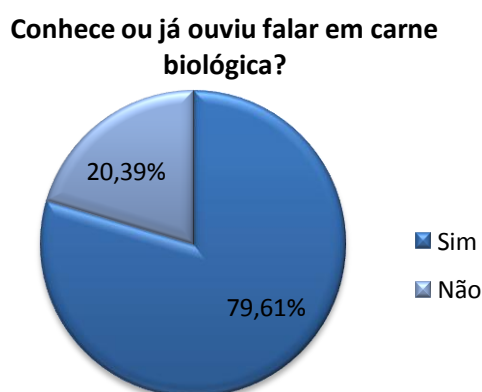
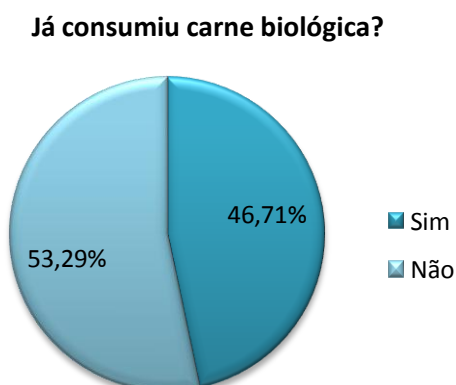


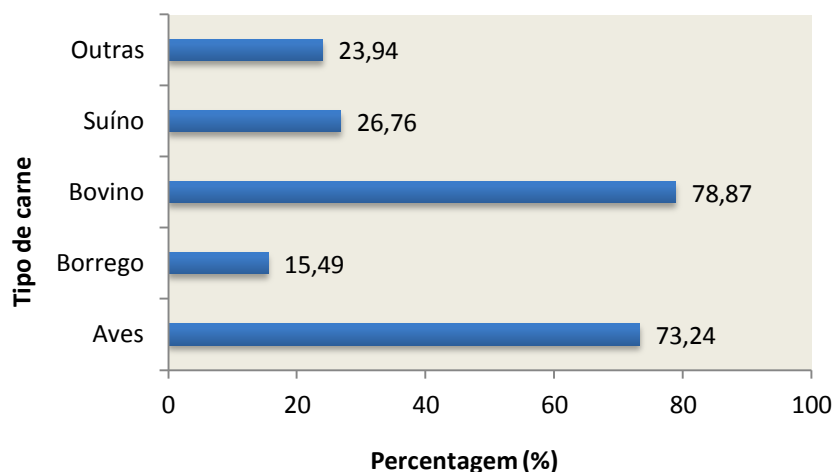
Gráfico 38 - Consumo de carne em modo de produção biológico



A pergunta 5.3 refere-se ao tipo de carne em modo de produção biológico consumida pelos 71 respondentes. Nesta pergunta os inquiridos poderiam escolher mais do que uma hipótese de resposta. É possível observar no gráfico 39 uma clara supremacia da carne de bovino de modo

de produção biológico (78,87%) e da carne de aves de modo de produção biológico (73,24%). As carnes de borrego, suíno e outras (coelho, cabrito, etc.) demonstram frequências de resposta parecidas (15,49%; 26,76% e 23,94% respectivamente).

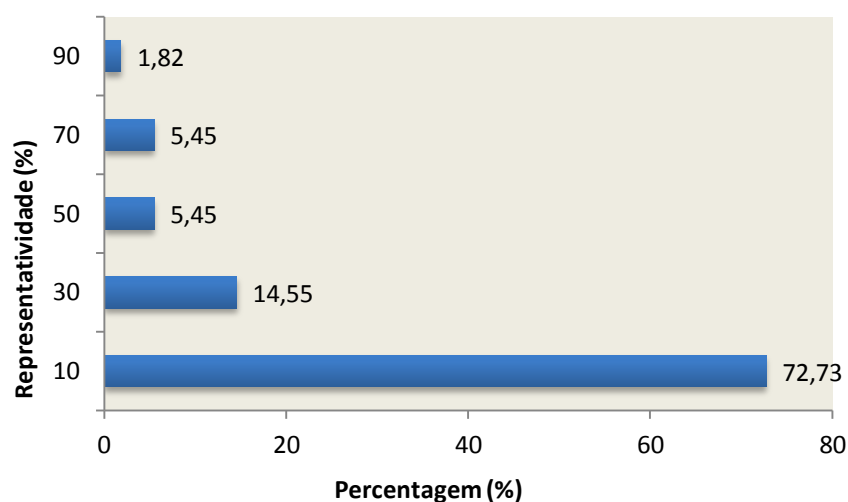
Gráfico 39 - Tipo (s) de carne (s) em modo de produção biológico consumida(s)



A pergunta 5.4 relativa à representatividade do consumo de carne bovina em modo de produção biológico no consumo mensal de carne bovina “convencional” está representada no gráfico 40.

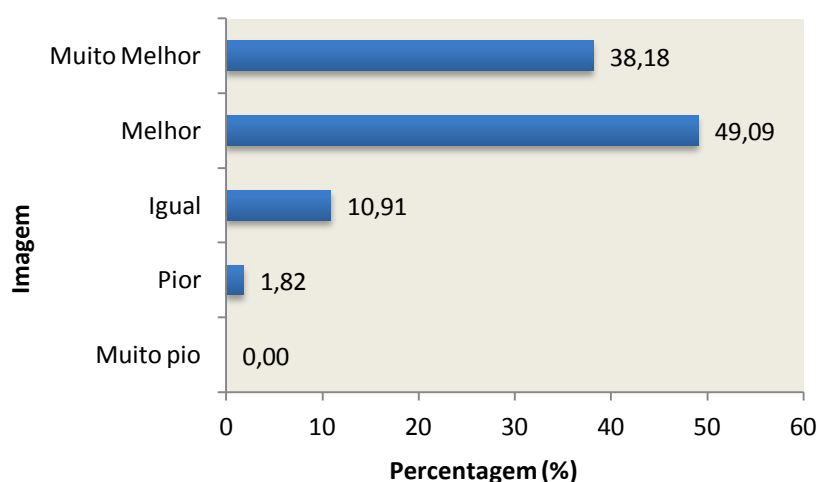
Dos 56 indivíduos que consomem ou já consumiram carne bovina em modo de produção biológico, a maioria (72,73%), diz que esta representa uma média de cerca de 10% [(0-20%)] do consumo de carne bovina mensal. Ainda 14,55% dos respondentes dizem que esta carne representa 30% do seu consumo mensal de carne bovina e ainda 1,82% admite que esta representa 90% do seu consumo.

Gráfico 40 - Representatividade do consumo mensal de carne bovina em modo de produção biológico



Em relação à imagem que os respondentes têm da carne bovina em modo de produção biológico (gráfico 41) pode dizer-se que uma grande percentagem vê a carne referida como sendo Melhor (49,09%) e Muito Melhor (38,18%) comparativamente à carne bovina “convencional”. Pode ver-se no gráfico que 1,82% dos respondentes (1 indivíduos) consideram a carne bovina em modo de produção biológico pior relativamente à “convencional” (afirmam ter um sabor e preço pouco apelativos).

Gráfico 41 – Imagem da carne bovina em modo de produção biológico segundo os respondentes



A pergunta 5.6 questionava os inquiridos acerca dos principais aspectos que na sua opinião favoreciam a carne bovina em modo de produção biológico (tabela 20). Nesta pergunta os respondentes poderiam escolher mais do que uma hipótese de resposta.

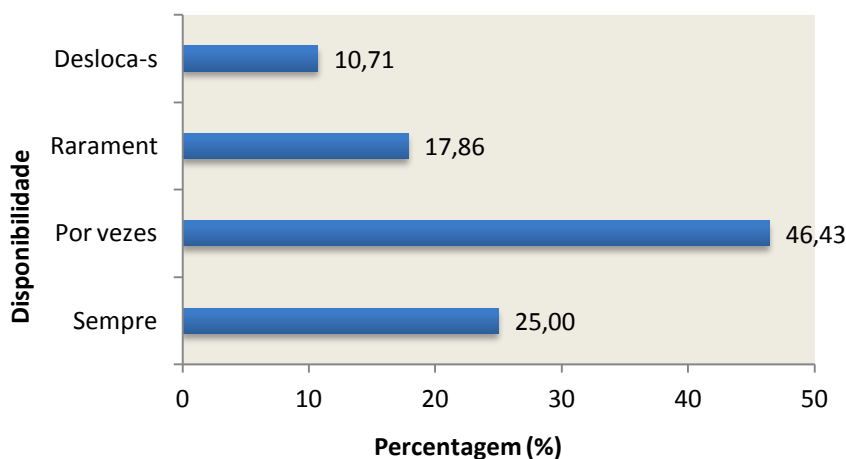
Mais de metade dos 56 respondentes (55,36%) indicou como aspecto importante que favorece esta carne a resposta “Mais Saudável”. O Sabor (48,21%), Modo de Produção (44,64%) e a Tenrura (41,07%) desta carne foram os seguintes aspectos mais escolhidos pelos respondentes. Apenas 3,57% dos respondentes admitem que a publicidade seja um aspecto que favorece a carne de modo de produção biológico, isto pode dever-se à falta de publicidade a estas carnes.

Tabela 19 – Aspectos que favorecem a carne bovina em modo de produção biológico

Aspectos que Favorecem a Carne de bovino em modo de produção biológico	%
Aroma	25,00
Aspecto mais Natural	28,57
Bem-estar Animal	35,71
Cor da Carne	26,79
Mais Saudável	55,36
Modo de Produção	44,64
Publicidade/Marketing	3,57
Sabor	48,21
Segurança Alimentar	30,36
Suculência	35,71
Tenrura	41,07
Teor de Gordura	14,29

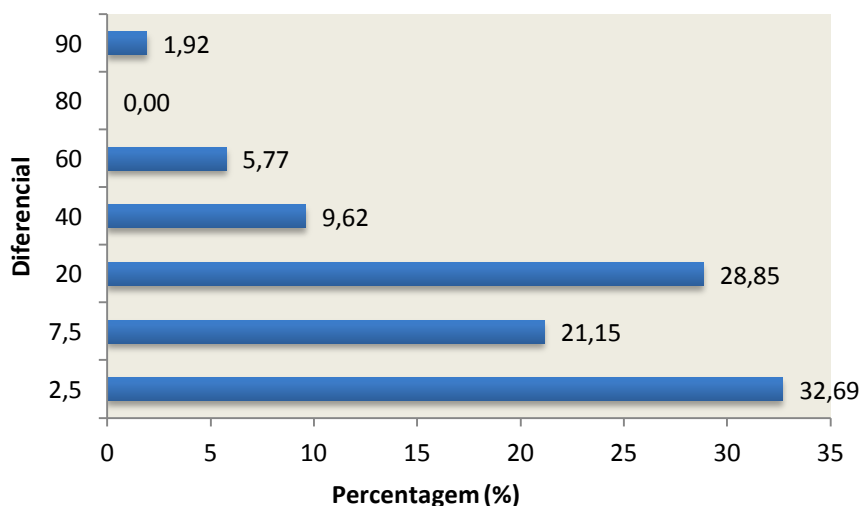
A disponibilidade carne bovina em modo de produção biológico no local de compras habitual de bens alimentares dos respondentes está representada no gráfico 42. A resposta mais frequente foi “Por vezes disponível” (46,43%) seguida da resposta “Sempre disponível” (25,00%). Ainda 10,71% dos respondentes admite deslocar-se a um local diferente para comprar carne de bovino em modo de produção biológico.

Gráfico 42 - Disponibilidade da carne bovina em modo de produção biológico no local de compras habitual



No gráfico 43 pode observar-se o diferencial de preço que os respondentes estão dispostos a pagar pela carne bovina em modo de produção biológico relativamente à carne “convencional”. Cerca de 32,69% dos 56 respondentes estão apenas dispostos a pagar um diferencial de 2,5% e 28,85% admitem pagar um diferencial de 20%. Pode ainda observar-se que pelo menos 5,77% dos respondentes estão dispostos a pagar até um diferencial de 60% e 1,92% (1 indivíduo) até 90%.

Gráfico 43 - Disposição do diferencial de preço a pagar pela carne bovina em modo de produção biológico



Tentou perceber-se mais uma vez se existiria alguma ligação entre o consumo de carne bovina de modo de produção biológico e o nível de ensino do principal responsável do agregado assim como com as despesas totais do agregado.

Relativamente ao nível de ensino é possível ver na tabela 21 que não existem algumas diferenças entre responsáveis com ou sem ensino superior o que nos mostra que nesta amostra o nível de ensino pode influenciar o consumo desta carne.

Tabela 20 - Consumo de carne bovina de modo de produção biológico de acordo com o nível de ensino do principal responsável do agregado

Consumo de carne de bovino de modo de produção biológico		
Nível de Ensino	Nº de pessoas	%
Com Ensino Superior	33	58,93
Sem Ensino Superior	23	41,07

Quanto às despesas totais dos agregados também é possível observar que se encontram algumas diferenças. Os agregados que gastam cerca de 2000€ por mês no entanto são os que mais consomem este tipo de carne.

Tabela 21 - Consumo de carne bovina de modo de produção biológico de acordo com as despesas totais dos agregados

Consumo de carne bovina de modo de produção biológico		
Despesas Totais	Nº de pessoas	%
150	0	0,00
400	2	3,57
600	6	10,71
850	8	14,29
1250	9	16,07
1750	9	16,07
2000	22	39,29

Conclui-se com a análise das tabelas acima que o nível de ensino pouco influencia o consumo de carne de bovino em modo de produção biológico e que tal como no caso da carne bovina da marca Carnalentejana, são os agregados com maiores despesas mensais totais que mais consomem esta carne.

8. Conclusões:

Este trabalho teve como objectivo a análise do comportamento do consumidor português de carne bovina. A nossa análise abrangeu apenas a região de Lisboa para servir de referência. Através de dois inquéritos efectuados com diferentes metodologias realizaram-se análises complementares para permitir consolidar o conhecimento sobre a realidade actual. As conclusões apresentadas derivam essencialmente do segundo inquérito existindo uma comparação posterior entre os dois inquéritos presente no Anexo 2.

Tendo em conta as questões de estudo propostas, conclui-se então que apesar da carne bovina continuar a fazer parte com grande relevo da dieta alimentar dos agregados familiares, o consumo tem mostrado tendência a diminuir. O sabor, o aspecto da carne e o preço parecem ser os pontos-chave no que diz respeito à decisão de compra tal como se esperava. O consumidor demonstra também uma elevada preferência pela carne nacional. A carne bovina de qualidade específica Carnalentejana DOP e a carne bovina de modo de produção biológico são ambas nichos de mercado pelas quais o consumidor ainda não está disposto a pagar substancialmente mais apesar de admitir a qualidade superior destes mesmos produtos. Estes representam ainda uma pequena percentagem no total de carne bovina consumida e os aspectos que mostraram mais favorecer estas carnes foram o seu aspecto mais natural/saudável, o modo de produção e incentivo à produção nacional e o seu sabor. Ficou também provada a disponibilidade destas carnes no mercado mais visitado pelos consumidores (hiper e super mercados).

Um dos aspectos que foi possível observar foi o facto de apenas uma pequena percentagem dos respondentes afirmarem que a publicidade e marketing feito a estas duas carnes era um aspecto favorável. Com isto pode admitir-se que existe uma falta de comunicação com o consumidor. Não se realizam as campanhas necessárias a favor deste tipo de carnes e talvez seja este um dos motivos que leva ao não conhecimento/desinteresse do consumidor. O preço elevado destas carnes também é um entrave à sua comercialização uma vez que ficou comprovado a falta de disposição dos consumidores em pagar uma maior diferença de preço.

Considera-se que um caminho a seguir passaria talvez por uma melhor comunicação ao consumidor sobre as possibilidades que este pode encontrar para além da carne bovina convencional; promover o consumo de carnes em modo de produção biológico ou carnes produzidas em regimes mais extensivos como é o caso da Carnalentejana DOP. Outro ponto importante passa pela questão económica, os elevados preços que não permitem às famílias o

consumo destas carnes. Com a descida dos mesmos, as perspectivas de crescimento no mercado seriam muito mais alargadas.

9. Bibliografia

ACBRA (s.d.). Acedido em Mai. 24, 2014, disponível em: <http://www.bovinoalentejano.pt/>

APED (2009). *A evolução da concentração da indústria e da distribuição em Portugal. Relatório Final*. Lisboa. Acedido em Jul. 13, 2015, disponível em: http://www.aped.pt/media/content/184_1_g.pdf

Banovic, M. (2009). *Beef Quality Model: Portuguese consumers' perception*. Tese de Douturamento em Engenharia Agrónoma. Lisboa: Instituto Superior de Agronomia – Universidade Técnica de Lisboa

Banovic, M., Grunert, K., Barreira, M., Fontes, M. (2009). Beef quality perception at the point of purchase: A study from Portugal. *Food Quality and Preference*, 20, 335-342

Banovic, M., Grunert, K., Barreira, M., Fontes, M. (2010). Consumers' quality perception of national branded, national store branded, and imported store branded beef. *Meat Science*, 84, 54-65

Banterle, A., Cavaliere, A., Ricci, E. C. (2012). Food labelled Information: An Empirical Analysis of Consumer Preferences. *International Journal Food System Dynamics*, 3 (2).; 156-170. Acedido em Mar. 09, 2014, disponível em: <http://centmapress.ilb.uni-bonn.de/ojs/index.php/fsd/article/view/275/259>

Banterle, A., Ricci E. C. (2013). Does the sustainability of food products influence consumer choices? The case of Italy. *Proceedings in System Dynamics and Innovation in Food Networks 2013*. Acedido em Abr 2, 2014, disponível em: <http://centmapress.ilb.uni-bonn.de/ojs/index.php/proceedings/article/view/303/287>

Baptista, M. (2014). A importância do sector agro-alimentar português no mercado mundial. Análise ao sector dos Cereais, Frutas e Hortícolas e da Carne. *Espaço Rural*, 101; 10-11. Acedido em Abr. 6, 2015, disponível em: http://www.confagri.pt/SiteCollectionDocuments/EspacoRural/EspacoRural_101.pdf

Bernués, A., Olaizola, A., Corcoran, K. (2003). Labelling information demanded by European consumers and relationships with purchasing motives, quality and safety of meat. *Meat Science* 65; 1095-1106. Acedido em Mar. 22, 2014, disponível em: http://smas.chemeng.ntua.gr/miram/files/publ_143_10_2_2005.pdf

Brandão, F. (2009). *Precepções do consumidor de carne com indicações geográficas*. Dissertação de Mestrado em Agronegócios. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Centro de pesquisas em agronegócios. Acedido em Mar. 12, 2014, disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/17303/000714110.pdf?sequence=1>

Campos, D. (2006). *Produtores de Carnalentejana DOP e Carne Mertolenga DOP: uma Análise Exploratória da sua Percepção da Qualidade*. Universidade Técnica de Lisboa – Instituto Superior de Agronomia, Lisboa, Portugal

Carnalentejana – Denominação de Origem Protegida (s.d.). Acedido em Mai. 25, 2014, disponível em: <http://www.carnalentejana.pt/index.php>

Carvalho, B. (2014). Finance, regulation and efficiency of farms. In Kowalski, A., Wigier, M., Bulkowska, M., *Achievements and challenges in the food sector and rural areas during the 10 years after EU enlargement*, 123. (pp. 17-39). Institute of agricultural and food economics national research institute

Carvalho, B., Costa, D. (2011). Espaço de Convergência na Lusofonia. O Caso da Segurança Alimentar e do Mercado de Produtos Alimentares. O Arroz e Outras “Commodities” Básicas. In Botelho, T., *Novas formas de cooperação: Espaços de convergência nos países lusófonos. XXI encontro da associação de universidades de língua portuguesa* (pp. 347-378). Bragança: Associação das Universidades de Língua Portuguesa

CE (2015). *Beef & Veal Market Situation*. Acedido em Abr. 21, 2015, disponível em: http://ec.europa.eu/agriculture/beef-veal/presentations/market-situation_en.pdf

CISEP (2011). *Formação dos Preços e das Margens nos Sectores do Leite e das Carnes de Bovino e de Ovino – Uma análise para o período 2000-2009*. Lisboa: CISEP Acedido em Mar. 11, 2014, disponível em: http://www.cap.pt/0_users/file/Agricultura%20Portuguesa/Pecuaria/Estudos/Estudo%20CAP%20CISEP%202011.pdf

Costa, P. (2013). Mercado de Carne Bovina e o Contributo dos Açores. *Jornadas Agrícolas da Praia Vitória*. Acedido em Mar. 31, 2014, disponível em: <http://www.cmpv.pt/ficheiros/outros/jornadasAgricolasMercadoCarneBovina2013.pdf>

Crisóstomo, C. (2014). Portugal: Country report. *Organic Europe – Country report about organic Agriculture in Portugal*. Acedido em Abr. 8, 2015, disponível em: <http://www.organic-europe.net/country-info/country-info-portugal/country-report.html?L=0>

Cruz, M. (2011). *Comportamento e Perfil do Consumidor de alimentos biológicos em Portugal*. Dissertação de Mestrado em Engenharia Alimentar. Lisboa: Instituto Superior de Agronomia – Universidade Técnica de Lisboa

Desouzart, O. (2013). *Projeções e Cenários para a Carne Bovina a 2021*. ODConsulting. Acedido em Ago. 13, 2015, disponível em: <http://pt.slideshare.net/OslerDesouzart/projees-e-cenrios-para-a-carne-bovina-a-2021>

DGADR (2015). *Modo de Produção Biológico*. Acedido em Abr. 23, 2015, disponível em: <http://www.dgadr.mamaot.pt/sustentavel/modo-de-producao-biologico>

Dias, A.S. (2008). *Caracterização de duas explorações de raça bovina Alentejana produtoras de Carnalentejana DOP*. Dissertação de Mestrado Integrado em Medicina Veterinária. Lisboa: Faculdade de Medicina Veterinária – Universidade Técnica de Lisboa

ECOLEARNING (2008). *Criação Biológica de Bovinos de Carne. Reversão para MPB. Manual de formação, Módulo 5*. Acedido em Fev. 19, 2014, disponível em: http://projects.ifes.es/porqualLeonardo/do/get/binary/2010/12/application/pdf/BOVINOS_DE_CARNE_BIOLOGICOS.pdf

EUR-Lex. Acesso ao direito da União Europeia (2008). *Produção e rotulagem dos produtos biológicos*. Acedido em Mar. 29, 2014, disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=URISERV:f86000>

FAO (2009). *The state of food and agriculture*. Acedido em Dez. 5, 2015, disponível em: <http://www.fao.org/docrep/012/i0680e/i0680e.pdf>

FAOSTAT (2014). Acedido em Mar. 26, 2014, disponível em: <http://faostat3.fao.org/home/E>

FAOSTAT (2015). Acedido em Ago. 14, 2015, disponível em: <http://faostat3.fao.org/home/E>

Francisco, M. (2004). *Efeito do genótipo na qualidade da carne de bovinos*. Relatório de Trabalho de Fim de Curso de Engenharia Agronómica. Lisboa: Instituto Superior de Agronomia - Universidade Técnica de Lisboa

Freitas, M. & Pena, P. (2007). Segurança alimentar e nutricional: a produção do conhecimento com ênfase nos aspetos da cultura. *Revista de Nutrição – Brazilian Journal of Nutrition*, 20(1); 69-81. Acedido em Nov. 4, 2015, disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rn/v20n1/a08v20n1.pdf>

Fontes, M., Pinto, A., Lemos, J. (2011). Qualidade na carne de Bovino: atributos e percepção. *Revista Portuguesa de Ciências Veterinárias*, 106; 21-29. Acedido em Fev. 16, 2015, disponível em: http://www.fmv.utl.pt/specv/PDF/pdf12_2011/21-29.pdf

GPP (2007). *Carne – diagnóstico Sectorial*. Lisboa. Acedido em Abr. 21, 2015, disponível em: http://www.gpp.pt/pbl/diagnosticos/Carne_Diagnostico_Sectorial.pdf

GPP (2008/2009). *Anuário Pecuário 2008/2009*, Lisboa. Acedido em Mar. 13, 2014, disponível em: http://www.gpp.pt/pbl/period/Anuario_Pec_2008-09.pdf

GPP (2012). *Anuário Agrícola- Informação de Mercados 2012*, Lisboa. Acedido em Abr. 1, 2014, disponível em: <http://www.gpp.pt/pbl/monog/anuario2012.pdf>

Henchion, M., McCarthy, M., Resconi, V., Troy, D. (2014). Meat consumption: Trends and quality matters. *Meat Science*, 98, Issue 3; 561-568. Acedido em: Jan. 14, 2015, disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0309174014001752>

INE (2012). *Censos 2011 Resultados Definitivos*. Lisboa. Acedido em Abr. 22, 2014, disponível em: http://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=ine_censos_publicacoes

INE (2012). *Censos 2011 Resultados Definitivos. População cresce 2% na última década graças ao saldo migratório*. Lisboa. Acedido em Abr. 24, 2014, disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=107624784&DESTAQUESmodo=2

INE (2012). *Inquérito às Despesas das Famílias 2010/2011*. Lisboa. Acedido em Jun. 30, 2014, disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=141577698&PUBLICACOESstema=00&PUBLICACOESmodo=2

INE (2010). *Estatísticas Agrícolas 2009*. Lisboa. Acedido em Nov. 06, 2015, disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=94561839&PUBLICACOESmodo=2

INE (2011). *Estatísticas Agrícolas 2010*. Lisboa. Acedido em Nov. 06, 2015. Disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=123297571&PUBLICACOESmodo=2

INE (2012). *Estatísticas Agrícolas 2011*. Lisboa. Acedido em Nov. 06, 2015, disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpubboui=142185148&PUBLICACOESmodo=2

INE (2013). *Estatísticas Agrícolas 2012*. Lisboa. Acedido em Mai. 21, 2014, disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpubboui=153380933&PUBLICACOESmodo=2

INE Estatística (2014). Base de Dados. Acedido em Jul. 13, 2015, disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_base_dados

INE (2014). *Estatísticas Agrícolas 2013*. Lisboa. Acedido em Out. 2, 2014, disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpubboui=210756829&PUBLICACOESmodo=2

INE (2015). Base de Dados. Acedido em Jul. 13, 2015, disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_base_dados

INE Estatística (2015). *Estatísticas Agrícolas 2014*. Lisboa. Acedido em Ago. 19, 2015, disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpubboui=224773630&PUBLICACOESmodo=2

Lázaro, S. (2004). *Bovinos em modo de produção biológico*. Jornadas de Bovinicultura II. Livro de Comunicações e Resumos. Vial Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

Lind, L. W. (2007). Consumer involvement and perceived differentiation of different kinds of pork – a Means-End Chain analysis. *Food Quality and Preference*, 18; 690-700. Acedido em Mar. 08, 2014, disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329306001534>

Magkos, F., Arvaniti, F., Zampelas, A. (2006). *Organic Food: Buying More Safety or Just Peace of Mind? A Critical Review of the Literature*. Critical Reviews in Food Science and Nutrition, 46. (pp. 23-56). Acedido em Abr. 11, 2014. Disponível em: http://www.maine.gov/dacf/php/pesticides/documents2/master%20gardeners/Organic_Food_Buying_More_Safety_Or_Just_Peace_Of_Mind.pdf

Matos, T. (2013). *Tecnologia da Carne e do Pescado*. Lisboa: Instituto Superior de Agronomia – Universidade Técnica de Lisboa

Meyer S. & Steiner L. (2010). Daily Livestock Report, 8, No 126. Acedido em Mar. 05, 2014, disponível em: <http://www.dailylivestockreport.com/documents/dlr%206-30-2010.pdf>

Ministério da Agricultura e do Desenvolvimento Rural e das Pescas (2007). *Carne – diagnóstico Sectorial*. Lisboa. Acedido em Fev. 10, 2014, disponível em: http://www.gppaa.min-agricultura.pt/pbl/Diagnosticos/Carne_Diagnostico_Sectorial.pdf

Napolitano, F., Girolami, A., Braghieri, A. (2009). Organic meat: Market development and consumer willingness to pay. *Organic Farming: Methods, Economics and Structure*, Chapter 5; 1-14. Acedido em Abr. 8, 2014, disponível em: [http://www.academia.edu/2948306/ORGANIC MEAT MARKET DEVELOPMENT AND CONSUMER WILLINGNESS TO PAY](http://www.academia.edu/2948306/ORGANIC_MEAT_MARKET_DEVELOPMENT_AND_CONSUMER_WILLINGNESS_TO_PAY)

OCDE Data (2015). *Agricultural output – Meat consumption*. Acedido em Nov. 6, 2015, disponível em: <https://data.oecd.org/agroutput/meat-consumption.htm>

OMAIAA (2012). *Evolução da Balança Comercial do Sector da Carne Bovina*. Lisboa. Acedido em Abr. 21, 2014, disponível em: <http://www.observatorioagricola.pt/rubricas/BalancaCarneBovinoJan2012.pdf>

Pereira, S. C. (2005). *Uma visão global sobre a produção biológica*. Relatório do Trabalho de Fim de Curso de Engenharia Alimentar. Lisboa: Instituto Superior de Agronomia – Universidade Técnica de Lisboa

PTQC (2015). *Carnalentejana – dop*. Acedido em Mai. 26, 2014, disponível em: <http://ptqc.drapc.min-agricultura.pt/documentos/carnalentejana.htm>

Regulamento (CE) nº 1760/2000 de 17 de Julho. *Jornal Oficial das Comunidades Europeias n.º 204*. Parlamento Europeu e Conselho. Bruxelas. Acedido em Set. 1, 2015, disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000R1760&from=PT>

Regulamento (CE) nº 509/2006 de 20 de Março. *Jornal Oficial da União Europeia n.º 93*. Conselho da União Europeia. Bruxelas. Acedido em Mar. 5, 2014, disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:093:0001:0011:PT:PDF>

Regulamento (CE) nº 510/2006 de 20 de Março. *Jornal Oficial da União Europeia n.º 93*. Conselho da União Europeia. Bruxelas. Acedido em Mar. 5, 2014, disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:093:0012:0025:PT:PDF>

Regulamento (CE) nº 510/2006 de 20 de Março. Pedido de alteração ao abrigo do artigo 9º «Carne Marinhola». *Jornal Oficial da União Europeia n.º 71*. Conselho da União Europeia. Bruxelas. Acedido em Dez. 1, 2015, disponível em: http://www.apicarnes.pt/pdf/legislacao/Carne_Marinhola.pdf

Regulamento (CE) nº 1183/2006 de 24 de Julho. *Jornal Oficial da União Europeia n.º 214*. Conselho da União Europeia. Bruxelas. Acedido em Nov. 5, 2015, disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R1183&from=PT>

Regulamento (CE) nº 700/2007 de 11 de Junho. *Jornal Oficial da União Europeia n.º 161*. Conselho da União Europeia. Bruxelas. Acedido em Dez. 1, 2015, disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32007R0700&from=PT>

Regulamento (CE) nº 834/2007 de 28 de Junho. *Jornal Oficial da União Europeia n.º 189*. Conselho da União Europeia. Bruxelas. Acedido em Fev. 14, 2014, disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:189:0001:0023:PT:PDF>

Regulamento (CE) nº 1235/2008 de 8 de Dezembro. *Jornal Oficial da União Europeia n.º 334*. Comissão da União Europeia. Bruxelas. Acedido em Set. 1, 2015, disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:334:0025:0052:PT:PDF>

Reis, I. (2011). *Estudo da Optimização Efectuada na Linha de Abate de Bovinos da SANTACARNES, S.A.*. Dissertação de Mestrado em Engenharia Alimentar. Lisboa: Instituto Superior de Agronomia – Universidade Técnica de Lisboa

Riso, A. (2014). *Contributo para a análise da cadeia de valor da carne de bovino em Portugal*. Dissertação de Mestrado em Engenharia Zootécnica – Produção Animal. Lisboa: Faculdade de Medicina Veterinária/Instituto Superior de Agronomia – Universidade de Lisboa

Rodrigues, A. (2004). A produção bovina extensiva em Portugal. *Jornadas de Bovinicultura II. Livro de Comunicações e Resumos*. Vila Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

Santos, C. (2000). *A Procura de Carne em Portugal*. Estudos e Documentos. GPPAA – Gabinete de Planeamento e Política Agro-Alimentar, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, Lisboa, Portugal

Schleenbecker, R., Hamm, U. (2013). Consumers' perception of organic product characteristics. A review. *Appetite*, 71; 420-429. Acedido em Mar. 25, 2014, disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666313003784>

Silva, L. (2010). *Pecuária e Agroindústria de Exportação na Amazônia: dinâmicas e perspectivas*. Dissertação de Mestrado em Planeamento do Desenvolvimento. Belém: Universidade Federal do Pará. Acedido em Ago. 14, 2015, disponível em: <http://www.naea.ufpa.br/naea/novosite/tcc/220>

Soares Costa, M. (2004). *As Bases Biológicas das Produções Animais. B – Produção de Carne, Vol. II*. DPAA – Departamento de Produção Agrícola e Animal. Lisboa: Instituto Superior de Agronomia – Universidade Técnica de Lisboa

Varelas, C. (2002). *Gestão de uma Raça Autóctone - O Bovino Alentejano*

Viegas, I., Santos, J., Fontes, M. (2012). Portuguese beef market – potential for differentiated products. O sector de carne de bovino em Portugal: potencial para produtos. *Revista Portuguesa de Ciências Veterinárias*, 107; 91-100. Acedido em Jan. 14, 2015, disponível em: http://www.fmv.utl.pt/spcv/PDF/pdf6_2012/91-100.pdf

Wezemaël, L., Verbeke, W., Kügler, J., Scholderer, J., and Ueland, Ø (2011). European Consumers' Acceptance of Beef Safety-Improving Interventions at Different Stages of the Beef Chain: Primary Production, Slaughtering, Processing and Packaging. System. *Dynamics and Innovation in Food Networks 2011*; 311 – 319. Acedido em Mar. 9, 2014, disponível em: <http://centmapress.ilb.uni-bonn.de/ojs/index.php/proceedings/article/view/155/147>

Zanoli, R., Gambelli, D., Vairo, D. (2012). Scenarios of the organic food market in Europe. *Food Policy*, 37; 41-57. Acedido em Abr. 9, 2014, disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0306919211001205>

Anexo 1 – Inquérito realizado ao consumidor

1. Dados

Nº Total de pessoas do Agregado Familiar: _____

Nº de Homens: _____ Nº de mulheres: _____

Principal responsável agregado:

H	<input type="radio"/>	M	<input type="radio"/>	Idade: _____
				Nível de Ensino: _____

Nº total de pessoas	Idades do agregado familiar (anos)			
	0-14	15-24	25-64	65 ou +
Nº de Homens				
Nº de Mulheres				

Nº de pessoas	Nível de Ensino do agregado familiar				
	Ens. Básico 1º Ciclo	Ens. Básico 2º Ciclo	Ens. Básico 3º Ciclo	Ens. Secundário	Ens. Superior
Nº de Homens					
Nº de Mulheres					

2. Inquérito ao Consumo dos Agregados

GARANTIA DE CONFIDENCIALIDADE NAS RESPOSTAS

2.1. Frequência de consumo de bens alimentares? (dias por semana)	todos dias	3 - 5	2 - 3	1 - 2	raramente	nunca
1. Milho						
2. Arroz						
3. Feijão						
4. Pão						
5. Batata						
6. Legumes						
7. Oleo						
8. Azeite						
9. Açúcar						
10. Leite						
11. Carne de Bovino						
11.1. C. Bovino marca Carnalentejana						
11.2. C. Bovino Biológica						
12. Carne de Suino						
13. Carne de Aves						
14. Carnes Biológicas						
15. Outras carnes-Coelho, Borrego, etc.						
16. Peixe						
17. Ovos						
18. Frutas						

2.2. Quantidades consumidas de produto (Semana) [apenas os que consome]:	0 - 200g	200 - 500g	500g - 1kg	1 - 2kg	2 - 3kg	3 - 4kg	> 4kg
1. Milho (lata = 150g)							
2. Arroz (pacote = 1 kg)							
3. Feijão (lata = 420g)							
4. Pão (pão de Mafra = 500g; pão de forma = 450g; Carcaça = 60g)							
5. Batata (batata unidade = 50g; ultracongeladas = 1kg)							
6. Legumes (alface = 350g; cenoura = 50g; etc.)							
7. Açúcar (1 pacote = 8g; presente em muitos alimentos)							
8. Carne de Bovino							
8.1. C. Bovino marca Carnalentejana							
8.2. C. Bovino Biológica							
9. Carne de Suino							
10. Carne de Aves							
11. Carnes biológicas							
12. Outras carnes-Coelho, Borrego, etc.							
13. Peixe							
14. Ovos (1 unidade = 58g; 1 caixa =6 unidades)							
15. Frutas (banana = 165g; laranja = 215g; maçã = 150g)							
	0 - 0,2 lt	0,2 - 0,5 lt	0,5 - 1 lt	1 - 2 lt	2 - 3 lt	3 - 4 lt	> 4 lt
16. Oleo (1 embalagem = 1lt ou 3 lt)							
17. Azeite (1 embalagem = 0,75lt)							
18. Leite (1 embalagem = 1lt)							

*Valores aproximados

Euros (€)							
2.3 DESPESAS DO AGREGADO (mês)	0	0-100	100-200	200-300	300-500	500-1000	>1000
1. Produtos Alimentares e Bebidas							
2. Vestuário e Calçado							
3. Habitação (despesas com água, electricidade, gás e outros)							
4. Saúde							
5. Transportes							
6. Comunicações							
7. Ensino							
8. Outros Bens e Serviços							
2.4 TOTAL DESPESA MENSAL (€)	0-300	300-500	500-700	700-1000	1000-1500	1500-2000	>2000

SE NÃO CONSUME CARNE BOVINA, O SEU INQUÉRITO ACABA AQUI

3. Inquérito ao Consumo de Carne Bovina

GARANTIA DE CONFIDENCIALIDADE NAS RESPOSTAS

3.1.Frequência de compra de Carne Bovina? (dias por semana)	todos dias	3 - 5	2 - 3	1 - 2	raramente

3.2. Evolução do consumo de Carne Bovina nos últimos 5 anos	Decresceu	Aumentou	Manteve

3.3. Motivos de Compra de Carne Bovina	
1.Facilidade de compra	
2.Facilidade de consumo	
3.Preço	
4.Refeições ocasionais	
5.Satisfação (sabor)	
6.Saúde/Nutrição	
7.Segurança	
8.Tradição familiar	

✓ Pode escolher mais do que uma opção de resposta

Outro: _____

3.4 Aspectos Relevantes no momento de Compra	
1.Aspectos qualitativos (Cor, teor de gordura, suculência, tenrura)	
2.Bem-estar animal	
3.Certificados (DOP, IGP, ETG)	
4.Informação nutricional	
5.Marca	
6.Modo de produção	
7.País de origem da carne	
8.Preço	
9.Processamento (matadouro)	
10.Nenhum dos anteriores	

✓ Pode escolher mais do que uma opção de resposta

Outro: _____

3.5 Origem da Carne Bovina Consumida	
1.Nacional	
2. Espanha	
3. Irlanda	
4. Reino Unido	
5. Polónia	
6.Uruguaí	
7.Brasil	
8.Argentina	
9. Não sabe	

✓ Pode escolher mais do que uma opção de resposta

Outro: _____

3.6 Lembra-se da última compra de carne Bovina que fez?

Sim

☐

Não

☐

3.6.1 Qual a peça de carne Bovina que comprou? _____

✓ Responda apenas se souber

3.6.2 Qual o preço (aproximado) que pagou? _____ €

✓ Responda apenas se souber

4. Inquérito ao Consumo de Carnalentejana

GARANTIA DE CONFIDENCIALIDADE NAS RESPOSTAS

4.1 Conhece a Marca Carnalentejana?

Sim ☐

Não ☐

CASO TENHA RESPONDIDO "Não" PASSE À PERGUNTA 5

4.2 Já Consumiu carne da mesma marca?

Sim ☐

Não ☐

CASO TENHA RESPONDIDO "Não" PASSE À PERGUNTA 5

4.3 Que percentagem (%) representa a carne bovina da marca Carnalentejana no seu consumo mensal de carne bovina?

[0-20%]

[20-40%]

[40-60%]

[60-80%]

[80-100%]

4.4 Que imagem tem da Carnalentejana, comparativamente à Carne Bovina "Convencional"?

Muito melhor

Melhor

Igual

Pior

Muito pior

Se respondeu "Pior" ou "Muito Pior" indique por favor em poucas palavras a(s) razão(ões) da sua escolha: _____

SE RESPONDEU "Muito melhor" OU "Melhor" RESPONDA À PRÓXIMA PERGUNTA

4.5 Principais aspectos que na sua opinião favorecem a Carnalentejana

1. Aroma

2. Aspecto mais Natural

3. Bem-estar animal

4. Cor da carne

5. Incentivo Produção Nacional

6. Mais Saudável

7. Modo de Produção

8. Publicidade / Marketing

9. Sabor

10. Segurança Alimentar

11. Suculência

12. Tenrura

13. Teor de Gordura

✓ Pode escolher mais do que uma opção de resposta

Outro: _____

4.6 Disponibilidade de Carne de Bovino da marca Carnalentejana nos locais de compras habituais

1. Sempre disponível nos locais onde habitualmente realiza compras

2. Por vezes disponível nos locais onde habitualmente realiza compras

3. Raramente disponível nos locais onde habitualmente realiza compras

4. Desloca-se a um estabelecimento diferente para comprar

4.7 Até que diferencial de preço está disposto a pagar pela Carnalentejana (em %)?

[+ 0 a 5%]

[+ 5 a 10%]

[+ 10 a 30%]

[+ 30 a 50%]

[+50 a 70%]

[+70 a 90%]

[> de 90%]

(Exemplo de preço: Carne picada "convencional" - 4.98€/kg

Carne picada Carnalentejana - 9.49€/kg)

5. Inquérito ao Consumo de Carne de Bovino "Biológica"

GARANTIA DE CONFIDENCIALIDADE NAS RESPOSTAS

5.1 Conhece ou já ouviu falar em Carne Biológica?

Sim ☐

Não ☐

SE RESPONDEU "Não" O SEU INQUÉRITO CHEGOU AO FIM

5.2 Já Consumiu Carne Biológica?

Sim ☐

Não ☐

SE RESPONDEU "Não" O SEU INQUÉRITO CHEGOU AO FIM

5.3 Que tipo(s) de Carne(s)

Biológica(s) já consumiu?

1. Aves ☐

3. Bovino ☐

5. Outras Carnes
(coelho, borrego,
cabrito, etc.) ☐

2. Borrego ☐

4. Suíno ☐

SE RESPONDEU "BOVINO" CONTINUE O SEU INQUÉRITO, CASO CONTRÁRIO TERMINE AQUI

5.4 Que percentagem (%) representa a carne bovina Biológica no seu consumo mensal de carne bovina?

[0-20%]	[20-40%]	[40-60%]	[60-80%]	[80-100%]
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.5 Que imagem tem da Carne de Bovino Biológica, comparativamente à Carne Bovina "Convencional"

Muito melhor	Melhor	Igual	Pior	Muito pior
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Se respondeu "Pior" ou "Muito Pior" indique por favor em poucas palavras a(s) razão(ões) da sua escolha:

SE RESPONDEU "Muito melhor" OU "Melhor" RESPONDA À PRÓXIMA PERGUNTA

5.6 Principais aspectos que na sua opinião favorecem a Carne de Bovino Biológica

1. Aroma	<input type="checkbox"/>
2. Aspecto mais Natural	<input type="checkbox"/>
3. Bem-estar animal	<input type="checkbox"/>
4. Cor	<input type="checkbox"/>
5. Mais Saudável	<input type="checkbox"/>
6. Modo de Produção	<input type="checkbox"/>
7. Publicidade / Marketing	<input type="checkbox"/>
8. Sabor	<input type="checkbox"/>
9. Segurança Alimentar	<input type="checkbox"/>
10. Suculência	<input type="checkbox"/>
11. Tenrura	<input type="checkbox"/>
12. Teor de Gordura	<input type="checkbox"/>

✓ Pode escolher mais do que uma opção de resposta

Outro: _____

5.7 Disponibilidade de Carne de Bovino Biológica nos locais de compras habituais

1. Sempre disponível nos locais onde habitualmente realiza compras	<input type="checkbox"/>
2. Por vezes disponível nos locais onde habitualmente realiza compras	<input type="checkbox"/>
3. Raramente disponível nos locais onde habitualmente realiza compras	<input type="checkbox"/>
4. Desloca-se a um estabelecimento diferente para comprar	<input type="checkbox"/>

5.8 Até que diferencial de preço está disposto a pagar por carne de bovino Biológica (em %)?

[+ 0 a 5%]	<input type="checkbox"/>
[+ 5 a 10%]	<input type="checkbox"/>
[+ 10 a 30%]	<input type="checkbox"/>
[+ 30 a 50%]	<input type="checkbox"/>
[+50 a 70%]	<input type="checkbox"/>
[+70 a 90%]	<input type="checkbox"/>
[> de 90%]	<input type="checkbox"/>

(Exemplo de preço: Carne picada "convencional" - 4.98€/kg

Carne picada Biológica - 12.95€/kg)

OBRIGADA PELA SUA PARTICIPAÇÃO!

Anexo 2 - Comparação dos resultados obtidos nos dois inquéritos realizados aos consumidores de carne bovina

Introdução

Com o objectivo de estudar o comportamento do consumidor de carne bovina em Portugal realizaram-se dois inquéritos semelhantes com metodologias diferentes. Inicialmente realizou-se um inquérito via on-line (Anexo 3) onde os respondentes foram convidados a participar no inquérito através das redes sociais. O inquérito foi realizado com a ajuda da ferramenta Google Drive e foi então partilhado no Facebook. Esta partilha tinha como objectivo atingir o maior número possível de respostas, assim sendo o inquérito foi partilhado através de várias páginas pessoais da mesma rede social e grupos relativos a alimentação, restauração, localidades do país (Alentejo) e modos de produção biológico. Neste primeiro inquérito foram conseguidas um total de 259 respostas. Destas 259 apenas 179 foram aproveitadas pois as restantes não apresentavam coerência. Uma vez analisados os dados do primeiro inquérito chegou-se à conclusão que por se tratar uma amostra de conveniência e pela falta de coerência em muitos dos inquéritos seria preferível realizar outro inquérito que fosse respondido “directamente” pelo consumidor através do preenchimento de um inquérito entregue em mãos. Como tal foram realizados alguns ajustes ao inquérito anterior e procedeu-se a uma nova metodologia. Neste segundo inquérito (Anexo 1) contou-se com a ajuda de cinco escolas do concelho de Lisboa. Tinha-se como objectivo conseguir um número satisfatório de respostas chegando ao maior número possível de respondentes optando-se assim por colaborar com escolas e abordando assim os pais e encarregados de educação. O segundo inquérito realizado envolveu-se num projecto de sensibilização dos alunos de 2.º, 3.º e 4.º anos para a alimentação saudável, a importância da carne bovina na alimentação e o conhecimento da carne de modo de produção biológico. As escolas Santo Amaro, Raúl Lino, Alexandre Rodrigues Ferreira, Ave-maria e Academia de Música de Santa Cecília rapidamente aceitaram colaborar neste projecto e assim foram feitas apresentações em aula a alunos de diversas turmas onde foram tratados os temas acima referidos (as três primeiras escolas representam escolas publicas e as duas últimas escolas privadas). Os alunos foram também convidados a responder a um pequeno inquérito para aumentar o seu nível de participação e interesse no projecto. Cada aluno ficou encarregado de entregar aos encarregados de educação o inquérito final (foram distribuídos 265 inquéritos no total). A recolha dos inquéritos foi feita entre uma a duas semanas após a sua entrega e contabilizaram-se um total de 154 respostas das quais 152 foram utilizadas sendo que as restantes duas não apresentavam coerência.

Após a análise dos dados do segundo inquérito realizado pôde constatar-se que as respostas entre este e o primeiro inquérito eram bastante coerentes apesar da diferença na metodologia. A junção dos inquéritos, num total de 331 respostas mostrou concordância com cada um dos dois inquéritos em separado. Apesar de respostas idênticas é preciso notar que algumas perguntas foram realizadas de forma diferente, mesmo que com resultados idênticos. Por esta razão decidiu fazer-se uma comparação entre os dois inquéritos para uma análise mais completa e realista.

De seguida encontra-se a análise comparativa entre os dois inquéritos realizados.

1 – Número de membros do agregado

A composição do agregado familiar do segundo inquérito está representada no gráfico 44. A composição média familiar é de 3,91 membros por agregado familiar. O grupo com maior representatividade é o de 4 membros por agregado (40,13%). A grande maioria dos inquiridos pertence às classes de três, quatro e 5 membros.

Estes resultados são consistentes com os resultados obtidos no primeiro inquérito (gráfico 45) em que a composição média familiar era de 3,18 membros por agregado e o grupo com maior representatividade era também o grupo de 4 membros por agregado (32,96%). Neste a maioria dos inquiridos pertence às classes de dois, três e quatro membros.

Gráfico 44 - Composição dos agregados familiares – Inquérito 2

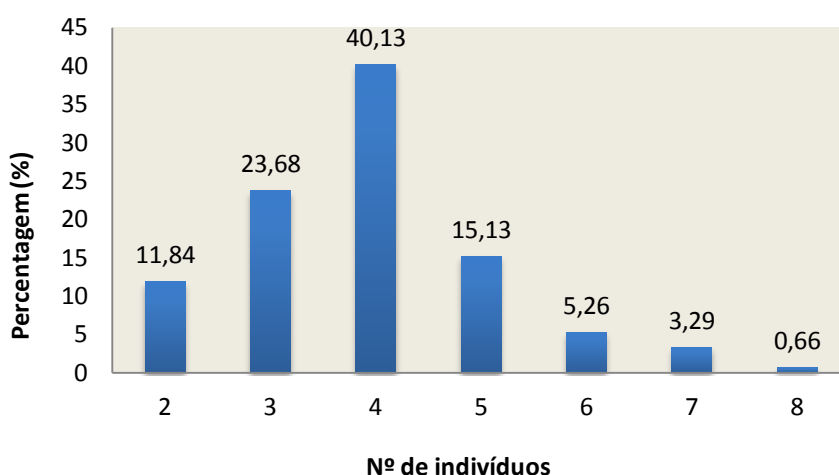
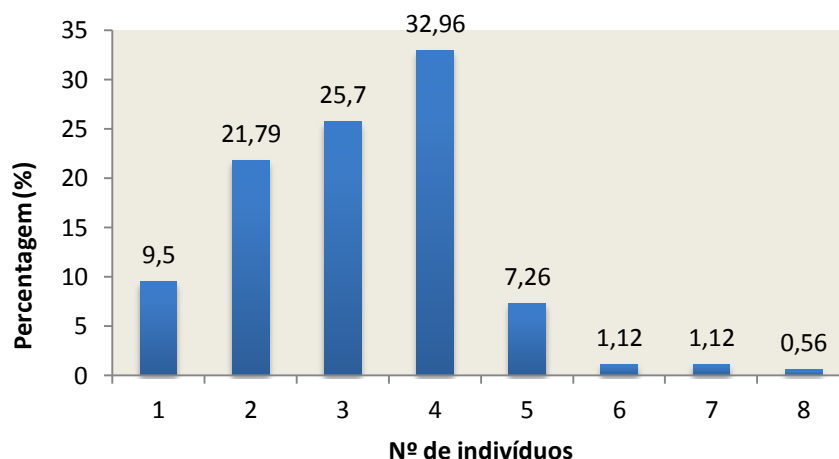


Gráfico 45 - Composição dos agregados familiares – Inquérito 1



A dimensão média dos agregados familiares em 2011 segundo o INE foi 2,6, valor inferior aos obtidos nos dois inquéritos. Os agregados constituídos por uma só pessoa representaram cerca de 21,44% do total das famílias; agregados com 2 pessoas cerca de 33%; com 3 pessoas

cerca de 25%; 4 pessoas cerca de 17% e agregados de 5 ou mais pessoas cerca de 3% (INE, 2012).

2 – Género

A repartição dos membros dos agregados familiares de acordo com o género do segundo inquérito está presente no gráfico 46. A maior parte dos indivíduos constituintes dos agregados são do sexo feminino (53,54%). Este resultado é coincidente com o resultado do inquérito realizado on-line onde o sexo feminino representava 51,38% dos indivíduos constituintes do agregado familiar.

Gráfico 46 - Composição do agregado familiar de acordo com o sexo- Inquérito 2

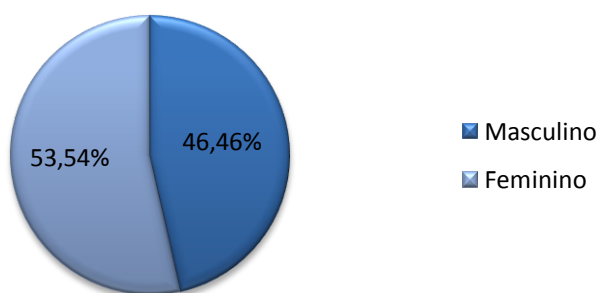
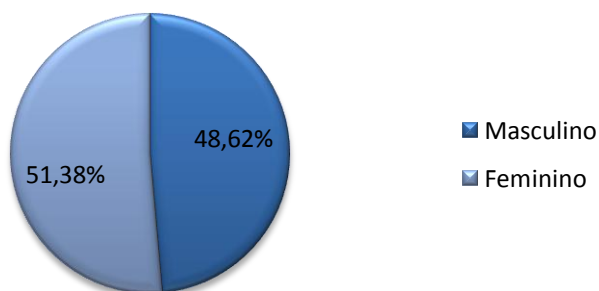


Gráfico 47 - Composição do agregado familiar de acordo com o sexo – Inquérito 1



A divisão dos indivíduos de acordo com o sexo, segundo o INE (2012), é feita com 47,78% de homens e 52,22% de mulheres. Esta amostra representa bem esta realidade nos dois inquéritos.

3 – Responsável do agregado

No gráfico 48 pode ver-se que a maioria dos responsáveis do agregado familiar é do sexo feminino (54,61%) (segundo inquérito). Neste ponto não existe concordância com o inquérito realizado on-line. De acordo com a primeira fase de inquéritos, a maioria dos responsáveis seriam do sexo masculino (58,10%).

Gráfico 48 - Principal responsável do agregado familiar – Inquérito 2

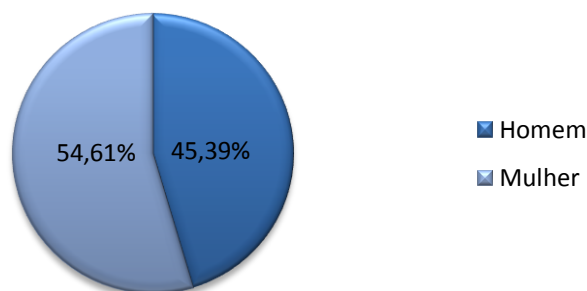
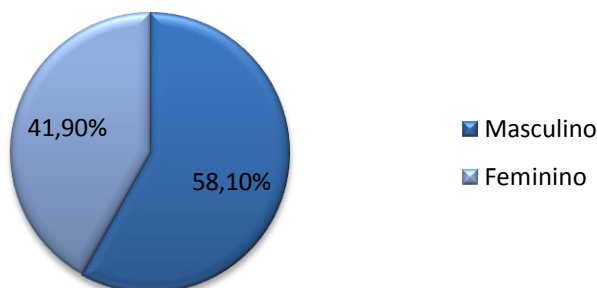


Gráfico 49 – Principal responsável do agregado familiar – Inquérito 1



4 – Distribuição Etária

A repartição de idades dos membros dos agregados familiares do segundo inquérito está presente no gráfico 50. A grande maioria dos indivíduos pertence à classe de [25-64] anos (46,63%). A classe [0-14] anos onde estão inseridas as crianças representa 42,09% dos indivíduos, a classe de [15-24] anos representa 9,6% dos indivíduos e a classe [> 60] apresentam o menor número de indivíduos com apenas 1,68%.

Os intervalos de idades presentes nos primeiros inquéritos são ligeiramente diferentes dos actuais, devido a um ajuste no segundo inquérito. Ainda assim é possível uma comparação entre estes. Em ambos os resultados se pode constatar que o intervalo [25-64] (do segundo inquérito) e o intervalo [20-59] (do primeiro inquérito) são os que apresentam maior número

de indivíduos (46,63% e 73,59% respectivamente), sendo que no primeiro inquérito é clara a supremacia de indivíduos nesta classe comparativamente a outras. É notável também que relativamente ao intervalo [0-14] (igual em ambos os inquéritos) este apresenta um maior número de indivíduos no inquérito realizado pessoalmente (42,09% comparativamente a 10,91%).

Gráfico 50 - Idades do agregado familiar – Inquérito 2

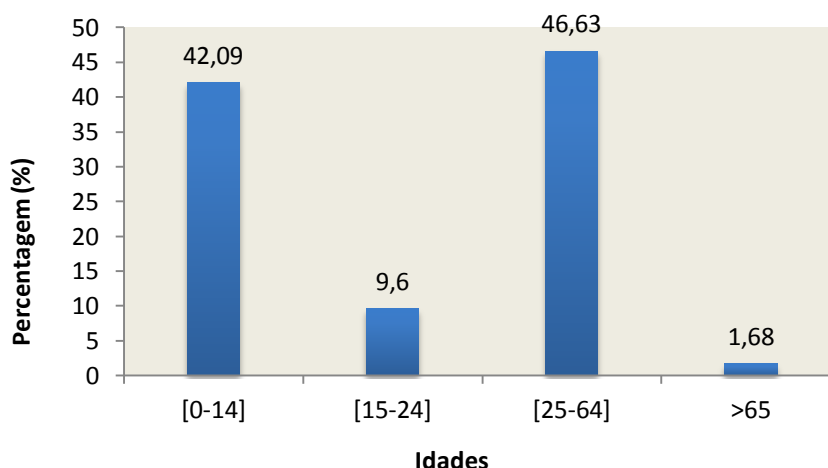
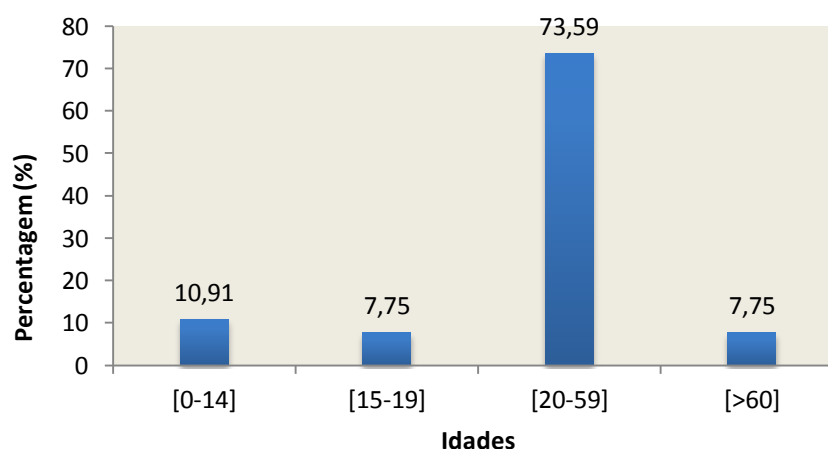


Gráfico 51 – Idades do agregado familiar – Inquérito 1

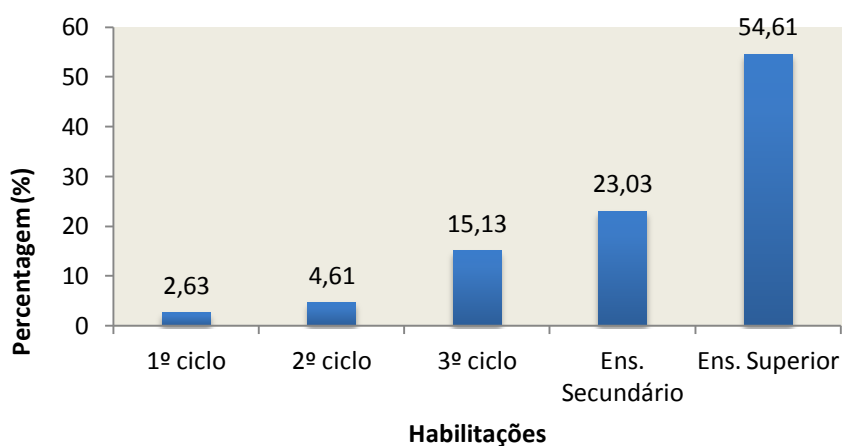


A distribuição da população de acordo com a faixa etária em 2011 mostra 55,2% da população está na faixa dos 25 a 64 anos; a faixa dos 0 aos 14 anos representa 14,9% da população, dos 15 aos 24 anos representa 10,9% e dos 65 anos ou mais 19% da população (INE, 2012). A distribuição da amostra do segundo inquérito não representa bem a realidade com 42,09% dos indivíduos na faixa dos 0 aos 14 anos, 9,60% na faixa dos 15 aos 24 anos, 46,63% representam a faixa dos 25 aos 64 e 7,75% a faixa dos 65 anos ou mais. Já no primeiro inquérito a amostra está mais concordante com os dados do INE.

5 – Habilitações principal responsável do agregado

No gráfico 52 está representada a divisão das habilitações literárias dos responsáveis pelo agregado familiar (segundo inquérito).

Gráfico 52 - Habilitações literárias do principal responsável do agregado familiar – Inquérito 2



6 – Habilitações do agregado familiar

Relativamente ao total de membros dos agregados familiares do segundo inquérito, observamos uma maior percentagem de indivíduos com o ensino superior (26,61%) e com o 1º ciclo (26,44%). Relativamente ao inquérito realizado on-line podemos observar uma maioria de indivíduos com ensino superior (51,74%) seguida do ensino secundário (31.19%). Pelo facto do inquérito ter sido realizado pela internet, é necessário ter em atenção que pessoas de habilitações mais baixas possam não ter acesso à mesma, resultando assim numa maior percentagem de indivíduos com maior grau de ensino.

Esta diferença de resultados deve-se à diferença na metodologia dos dois inquéritos.

Gráfico 53 - Habilitações literárias do agregado familiar – Inquérito 2

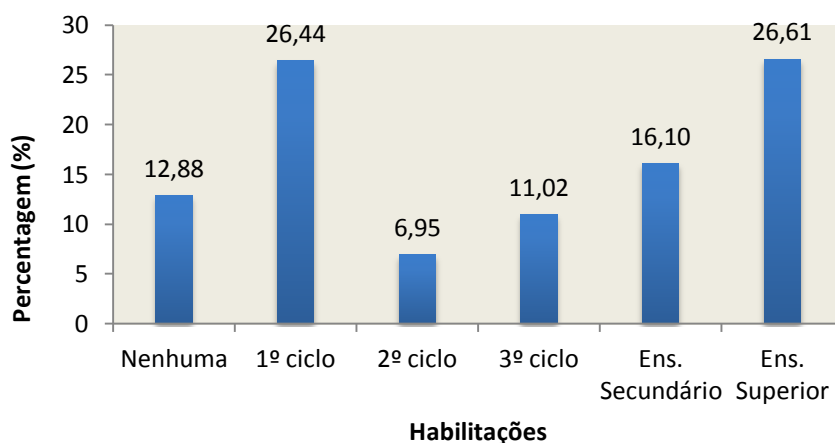
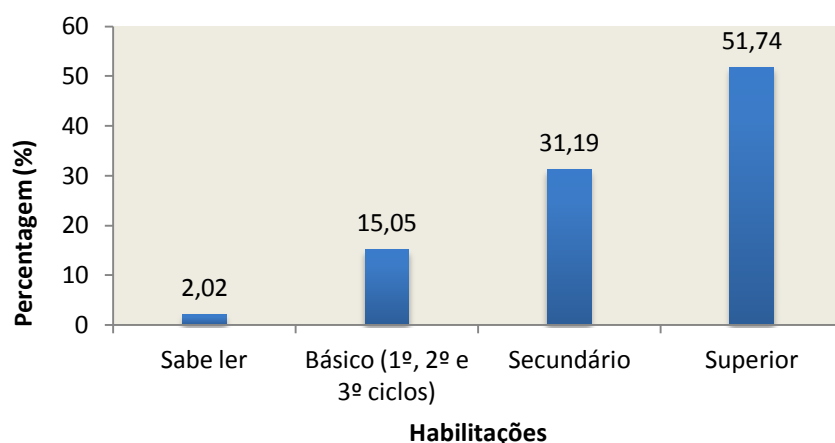


Gráfico 54 - Habilitações literárias do agregado familiar – Inquérito 1



O nível de escolaridade, segundo o INE (2012), que apresenta uma maior percentagem de indivíduos é o 1º ciclo com 29,85%. A população sem nenhum nível de ensino representa 8,47% da população portuguesa total, indivíduos com o 2º ciclo representam 10,40%; com o 3º ciclo representam 15,73%, com ensino secundário 16,76% e com Ensino Superior 15,43%. A amostra não está em completa concordância com a realidade embora apresente algumas similaridades. O Nível de ensino que apresenta maior percentagem de indivíduos é o Ensino Superior com 26,61%, logo seguido pelo 1º ciclo com 26,44. Os indivíduos sem nenhum nível de escolaridade representam 12,88% da amostra, o 2º ciclo representam 6,95%, com 3º ciclo 11,02% e com ensino secundário cerca de 16,10%. No 1º inquérito a amostra também não representa esta realidade sendo o Ensino superior o mais representado (51,74%) seguido pelo ensino Secundário, Básico e nenhum nível de ensino.

7 – Frequência de Consumo

2º Inquérito

Na tabela 23 é possível analisar as frequências de consumo dos agregados familiares relativamente a alguns bens alimentares; nesta pode ver-se que a classe de frequência de consumo Todos os dias apresenta com maior frequência percentagens mais altas no Pão 78,95%; Legumes 43,42%; Azeite 47,37%; Açúcar 34,87%; Leite 84,21% e Fruta 80,26%. Já a classe de frequência de consumo Nunca é que apresenta valores mais baixos, sendo no Óleo que se observa um valor mais elevado (13,16%).

Tabela 22 - Frequência de consumo de Bens Alimentares do agregado familiar – Inquérito 2

	Nunca (%)	Raramente (%)	1-2 Dias (%)	2-3 Dias (%)	3-5 Dias (%)	Todos os dias (%)
Milho	11,84	61,18	19,74	3,29	3,95	0
Arroz	0	0,66	17,11	38,16	38,82	5,26
Feijão	1,97	43,42	37,50	9,87	6,58	0,66
Pão	0	1,97	4,61	2,62	11,84	78,95
Batata	0,66	7,89	26,97	36,84	23,68	3,95
Legumes	0	1,32	9,87	17,11	28,29	43,42
Óleo	13,16	41,45	22,37	13,82	5,26	3,95
Azeite	0	0,66	7,89	18,42	25,66	47,37
Açúcar	3,29	19,74	12,50	15,79	13,82	34,87
Leite	0,66	1,32	4,61	2,63	6,58	84,21
Peixe	0,66	2,63	27,63	42,76	23,68	2,63
Ovos	1,32	5,92	46,71	29,61	16,45	0
Fruta	0	0,66	1,32	5,26	12,50	80,26

1º Inquérito

Na tabela 24 é possível analisar as frequências de consumo dos agregados familiares relativamente a alguns bens alimentares (primeiro inquérito); nesta pode ver-se que a classe de frequência de consumo Todos os dias apresenta com maior frequência percentagens mais altas no Pão 73,74%; Legumes 47,49%; Açúcar 37,43%; Fruta 72,63%; Azeite 51,96% e Leite 63,13% tal como no inquérito 2. Já a classe de frequência de consumo Nunca é que apresenta valores mais baixos, sendo no Milho que se observa um valor mais elevado (13,41%).

Tabela 23 - Frequência de consumo de Bens Alimentares do agregado familiar – Inquérito 1

	Nunca (%)	Raramente (%)	1-2 Dias (%)	2-3 Dias (%)	3-5 Dias (%)	Todos os dias (%)
Milho	13,41	65,36	15,64	3,91	1,12	0,56
Arroz	0	1,68	20,67	34,64	40,22	2,79
Feijão	1,12	34,64	44,13	13,41	5,59	1,12
Pão	0	1,68	3,35	3,35	17,88	73,74
Batata	0,56	8,38	24,02	34,64	26,82	5,59
Legumes	0	0,56	5,59	16,2	30,17	47,49
Óleo	11,73	34,08	25,7	17,88	7,26	3,35
Azeite	0	0	7,26	12,85	27,93	51,96
Açúcar	0,56	16,76	15,64	17,88	11,73	37,43
Leite	8,38	12,85	4,47	3,91	7,26	63,13
Peixe	1,68	3,35	31,84	44,69	15,64	2,79
Ovos	1,12	6,7	45,81	30,17	14,53	1,68
Fruta	0	0,56	3,35	6,15	17,32	72,63

Em geral a distribuição das frequências de consumo nos dois inquéritos são iguais, sendo a única diferença no consumo de Feijão, que no 1º inquérito é consumido com maior frequência entre 1 a dias e no 2º inquérito Raramente.

8 – Frequência de Consumo - Carnes

2º Inquérito

Na tabela 25 pode analisar-se as frequências de consumo de diferentes carnes por parte dos agregados familiares. Pode ver-se que a carne bovina é consumida pelos agregados familiares maioritariamente 2 a 3 dias por semana (36,84%). Segundo os respondentes, 44,08% admitem consumir raramente carne de bovino da marca Carnalentejana e 28,95% dizem nunca ter consumido carne da mesma marca. Relativamente à carne de bovino de modo de produção biológico, é possível observar que 55,92% dos inquiridos diz nunca ter consumido esta carne. Ainda assim, cerca de 32,89% diz consumir raramente a mesma. A carne de suíno é consumida com maior frequência (33,55%) 1 a 2 dias por semana. A carne de aves demonstra ser a carne consumida com maior frequência pelos agregados familiares, 38,16% dos respondentes admite consumir a mesma entre 2 a 3 dias por semana e 32,89% admite consumir a mesma 3 a 5 dias por semana. Em relação a outras carnes de modo de produção biológico é possível observar-se que se repete o padrão analisado na carne de bovino sendo que 51,97% dos respondentes diz nunca ter consumido estas carnes. As outras carnes (borrego, cabrito coelho, etc.) são consumidas com maior frequência Raramente (46,71%).

Tabela 24 - Frequência de consumo do agregado familiar relativamente a diferentes tipos de carnes – Inquérito 2

	Nunca (%)	Raramente (%)	1-2 Dias (%)	2-3 Dias (%)	3-5 Dias (%)	Todos os dias (%)
Bovino	0,66	14,47	30,26	36,84	17,11	0,66
Carnalentejana	28,95	44,08	15,79	9,21	1,97	0,00
Carne Bovino MPB	55,92	32,89	5,26	4,61	1,32	0,00
Suíno	10,53	20,39	33,55	27,63	7,89	0,00
Aves	2,63	2,63	23,68	38,16	32,89	0,00
Outras carnes MPB	51,97	34,87	7,89	2,63	2,63	0,00
Outras	14,47	46,71	26,32	11,18	0,66	0,66

1º Inquérito

Na tabela 26 pode analisar-se as frequências de consumo de diferentes carnes por parte dos agregados familiares. Pode ver-se que a carne bovina é consumida pelos agregados familiares maioritariamente 2 a 3 dias por semana (37,99%). A carne bovina da marca Carnalentejana nunca foi consumida por parte dos agregados familiares segundo 43,02% dos respondentes, e 34,08% dizem consumir raramente. A carne de modo de produção biológico segue o mesmo padrão, 48,60% dos respondentes dizem que o agregado familiar nunca consumiu esta carne, e 34,64% dizem consumir raramente. A carne de suíno é consumida com maior frequência 2 a 3 dias por semana (34,64%). A carne de aves demonstra ser a carne consumida com maior frequência pelos agregados familiares, 40,22% dos respondentes admite consumir a mesma entre 2 a 3 dias por semana. As outras carnes (borrego, cabrito, coelho, etc.) são consumidas em maior frequência Raramente (41,34%).

Tabela 25 - Frequência de consumo do agregado familiar relativamente a diferentes tipos de carnes – Inquérito 1

	Nunca (%)	Raramente (%)	1-2 Dias (%)	2-3 Dias (%)	3-5 Dias (%)	Todos os dias (%)
Bovino	3,91	12,29	30,17	37,99	15,08	0,56
Carnalentejana	43,02	34,08	13,97	6,7	2,23	0
Carne MPB	48,6	34,64	6,7	3,35	4,47	2,23
Suíno	6,15	13,97	34,08	34,64	11,17	0
Aves	1,68	5,03	20,67	40,22	31,84	0,56
Outras	11,17	41,34	32,96	12,85	1,68	0

A distribuição de frequência de consumo das diversas carnes demonstra algumas diferenças. Relativamente à Carnalentejana, no 1º inquérito esta carne não era consumida semanalmente por grande parte dos respondentes enquanto no 2º inquérito é consumida com maior frequência Raramente. A carne de bovino em modo de produção biológico apenas aparece discriminada no 2º inquérito não podendo ser feita uma comparação mas uma vez que as carnes de modo de produção biológico seguem o mesmo padrão nos dois inquéritos, é de esperar que as respostas fossem coincidentes. Outra diferença é na carne de Suíno que no 1º inquérito é consumida com maior frequência 2 a 3 dias por semana e no 2º inquérito 1 a 2 dias por semana.

9 – Quantidades Consumidas

2º Inquérito

O bem alimentar menos consumido é o Milho (34,87% para 0 g). O Feijão, Açúcar e Ovos são consumidos em maioria, segundo os respondentes, em quantidades de 100g por semana (53,29%, 67,764% e 34,87% respectivamente). Também o Milho é consumido em maioria na quantidade de 100g por semana (57,89%). O Arroz, Pão, Batata e Legumes em maioria, são bens consumidos pelos agregados familiares em quantidades de 350g segundo os respondentes (40,79%, 25,66%, 28,29% e 29,61 respectivamente). Os Ovos são consumidos na também em quantidades de 350g por semana na mesma frequência que anteriormente (34,87%). Segundo os respondentes, o Peixe é consumido, em maioria, em quantidades de 750g por semana (26,97%). 19,74% dos respondentes indica que consome fruta em quantidades de 2,5 kg por semana. A fruta é ainda o bem alimentar que apresenta maior percentagem de respostas (13,82%) na classe de 4kg de bens consumidos. Estes resultados são relativos ao segundo inquérito.

Tabela 26 - Quantidades consumidas de bens alimentares pelos agregados familiares por semana – Inquérito 2

	0 g (%)	100 g (%)	350 g (%)	750 g (%)	1,5 kg (%)	2,5 kg (%)	3,5 kg (%)	4 kg (%)
Milho	34,87	57,89	4,61	2,63	0,00	0,00	0,00	0,00
Arroz	1,32	15,13	40,79	25,00	9,21	5,92	1,97	0,66
Feijão	14,47	53,29	22,37	5,92	1,97	1,97	0,00	0,00
Pão	2,63	16,45	25,66	20,39	20,39	9,21	3,95	1,32
Batata	4,61	21,71	28,29	22,37	15,13	5,92	1,32	0,66
Legumes	3,95	7,24	29,61	23,03	15,13	14,47	3,29	3,29
Açúcar	5,92	67,76	15,13	7,89	1,32	0,66	0,66	0,66
Peixe	5,92	8,55	24,34	26,97	23,68	4,61	1,97	3,95
Ovos	6,58	34,87	34,87	15,13	6,58	0,66	0,66	0,66
Fruta	1,32	3,95	13,16	17,76	17,76	19,74	12,50	13,82

1º Inquérito

O bem alimentar consumido em menor quantidade segundo os respondentes do 1º inquérito é o Milho (46,37% para 0 g e 45,81% para 100 g). O feijão, açúcar e ovos são consumidos em maioria, segundo os respondentes, em quantidades de 100g por semana (54,19%, 67,04% e 41,90% respectivamente). O Arroz, Pão, Batata e Peixe, em maioria, são bens consumidos pelos agregados familiares em quantidades de 350g segundo os respondentes (40,78%, 25,70%, 30,73% e 28,49% respectivamente). Segundo os respondentes, os legumes e fruta são consumidos, em maioria, em quantidades de 750g por semana (26,82% e 21,23% respectivamente). 20,67% dos respondentes indica que consome fruta em quantidades de 1,5 kg por semana. A fruta é ainda o bem alimentar que apresenta maior percentagem de respostas (10,06%) na classe de 4kg de bens consumidos. Estes resultados são relativos ao primeiro inquérito.

Tabela 27 - Quantidades consumidas de bens alimentares pelos agregados familiares por semana – Inquérito 1

	0 g (%)	100 g (%)	350 g (%)	750 g (%)	1,5 kg (%)	2,5 kg (%)	3,5 kg (%)	4 kg (%)
Milho	46,37	45,81	6,15	1,68	0	0	0	0
Arroz	0,56	16,76	40,78	26,26	11,73	2,79	0,56	0,56
Feijão	13,41	54,19	24,02	6,15	1,68	0,56	0	0
Pão	1,12	13,41	25,7	20,67	21,23	10,06	5,03	2,79
Batata	4,47	26,82	30,73	16,76	13,41	5,03	1,68	1,12
Legumes	0	7,82	25,14	26,82	19,55	12,85	5,03	2,79
Açúcar	7,26	67,04	15,64	7,82	1,68	0	0	0,56
Peixe	2,23	12,85	28,49	27,37	18,99	8,38	0,56	1,12
Ovos	2,23	41,9	37,43	12,29	5,59	0,56	0	0
Fruta	0	4,47	18,44	21,23	20,67	12,29	12,85	10,06

É possível ver algumas diferenças nas quantidades consumidas de bens alimentares nos dois inquéritos. O Milho no 1º inquérito não era consumido semanalmente por grande parte dos respondentes; no 2º inquérito é consumido com maior frequência na quantidade de 100g. Os legumes também mostram diferenças nas quantidades consumidas sendo que no 1º inquérito eram consumidos maioritariamente em quantidades de 750g e no 2º inquérito em quantidades de 350g. O Peixe e a Fruta também apresentam diferenças. O peixe no 1º inquérito era consumido com maior frequência em quantidades de 350g e no 2º inquérito em quantidades de 750g. A Fruta era consumida no 1º inquérito em 750g por semana, já no 2º inquérito a quantidade aumenta para 2,5 kg por semana.

10 – Quantidades Consumidas – Líquidos

2º Inquérito

O óleo é consumido em maioria (52,63%) numa quantidade de 0,1 litros por semana enquanto o azeite é consumido pelos agregados familiares com maior frequência (44,08%) em quantidades de 0,35 litros por semana. O leite, com uma distribuição mais uniforme de quantidades consumidas, é, segundo os respondentes, consumido com maior frequência pelos agregados em quantidades de 4 lt (37,50%). Estes resultados dizem respeito ao segundo inquérito.

Tabela 28 - Quantidades consumidas de bens alimentares pelos agregados familiares – Inquérito 2

	0 lt (%)	0,1 lt (%)	0,35 lt (%)	0,75 lt (%)	1,5 lt (%)	2,5 lt (%)	3,5 lt (%)	4 lt (%)
Óleo	24,34	52,63	12,50	6,58	1,32	1,32	0,66	0,66
Azeite	2,63	22,37	44,08	19,74	8,55	1,97	0,00	0,656
Leite	2,63	5,26	3,29	8,55	13,82	13,82	15,13	37,50

1º Inquérito

O óleo é consumido em maioria (52,51%) numa quantidade de 0,1 litros por semana enquanto o azeite é consumido pelos agregados familiares com maior frequência (46,37%) em quantidades de 0,35 litros por semana. O leite, com uma distribuição mais uniforme de quantidades consumidas, é, segundo os respondentes, consumido com maior frequência pelos agregados em quantidades de 4 lt (22,91%). Estes resultados dizem respeito ao primeiro inquérito.

Tabela 29 - Quantidades consumidas de bens alimentares pelos agregados familiares – Inquérito 1

	0 lt (%)	0,1 lt (%)	0,35 lt (%)	0,75 lt (%)	1,5 lt (%)	2,5 lt (%)	3,5 lt (%)	4 lt (%)
Óleo	27,93	52,51	13,41	5,59	0,56	0	0	0
Azeite	0	30,17	46,37	17,88	4,47	1,12	0	0
Leite	14,53	5,59	3,91	6,7	14,53	17,32	14,53	22,91

Neste caso os resultados são coincidentes nos dois inquéritos. É apenas importante frisar que no 1º inquérito a percentagem de respondentes que dizem não consumir leite semanalmente (14,53%) é mais elevada que no segundo inquérito (2,63%).

11 – Quantidades Consumidas – Carnes

2º Inquérito

Pode observar-se, na tabela 31 as quantidades médias de diferentes tipos de carnes consumidas pelos agregados familiares. A carne de bovino, segundo 26,32% dos respondentes, é consumida com maior frequência em quantidades de 750g por semana. Dentro das carnes de bovino, temos a carne da marca Carnalentejana que apresenta em maioria (51,32%) uma quantidade nula de 0g por semana e cerca de 25,00% dos consumidores admitem consumir 100g por semana. Ainda na carne de bovino temos a carne de modo de produção biológico que segue o mesmo tipo de distribuição que a carne da marca

Carnalentejana com 67,76% dos inquiridos a responderem não consumir esta carne semanalmente (0 g) e cerca de 19,74% a admitir consumir 100g desta carne por semana. A carne de suíno é consumida com maior frequência (26,32%) em quantidades de 350 g por semana. A carne de aves é igualmente consumida em quantidades de 350g e 750g por semana (26,32%) segundo os respondentes. As outras carnes de modo de produção biológico seguem a mesma tendência da carne de bovino de modo de produção biológico, com 64,47% dos inquiridos a admitirem não consumir esta carne semanalmente e 25% a consumir 100g por semana. Outras carnes como coelho, borrego, cabrito etc. são consumidas maioritariamente em pequenas quantidades, sendo que 33,55% dos respondentes admitem não consumir estas carnes semanalmente (0 g por semana).

Tabela 30 - Quantidades consumidas de diferentes tipos de carnes pelos agregados familiares – Inquérito 2

	0 g (%)	100 g (%)	350 g (%)	750 g (%)	1,5 kg (%)	2,5 kg (%)	3,5 kg (%)	4 kg (%)
Bovino	5,92	16,45	25,00	26,32	18,42	5,26	2,63	0,00
Carnalentejana	51,32	25,00	13,82	5,26	3,95	0,00	0,00	0,66
Bovino MPB	67,76	19,74	5,92	2,63	2,63	1,32	0,00	0,00
Suíno	19,08	16,45	26,32	17,76	15,13	1,97	1,32	1,97
Aves	6,58	7,89	26,32	26,32	23,03	4,61	2,63	2,63
Outras Carnes MPB	64,47	25,00	3,95	3,95	1,97	0,66	0,00	0,00
Outras	33,55	32,89	22,37	5,92	3,95	0,66	0,00	0,66

Os respondentes que admitem o consumo de Carnalentejana e carne de bovino em modo de produção biológico por parte dos agregados familiares, demonstram que com maior frequência consomem este tipo de carne em quantidades de 100 g por semana (25,00% e 19,74% respetivamente).

1º Inquérito

Pode observar-se, na tabela 32 as quantidades médias de diferentes tipos de carnes consumidas pelos agregados familiares. A carne de bovino, segundo 31,28% dos respondentes, é consumida com maior frequência em quantidades de 350g por semana, já a carne bovina de marca Carnalentejana, apresenta em maioria (53,63%) uma quantidade nula de 0g por semana. As carnes de suíno e aves seguem a tendência da carne bovina sendo que são consumidas com maior frequência 28,49% e 29,61% respetivamente) em quantidades de 350 g. Outras carnes como coelho, borrego, cabrito etc. são consumidas maioritariamente em pequenas quantidades, sendo que 31,28% dos respondentes admitem não consumir estas

carnes semanalmente (0 g por semana). As carnes de modo de produção biológico são as que apresentam uma maior frequência de resposta para a quantidade de consumo 0 g por semana (64,80%).

Tabela 31 - Quantidades consumidas de diferentes tipos de carnes pelos agregados familiares – Inquérito 1

	0 g (%)	100 g (%)	350 g (%)	750 g (%)	1,5 kg (%)	2,5 kg (%)	3,5 kg (%)	4 kg (%)
Bovino	6,7	14,53	31,28	26,26	14,53	3,91	2,23	0,56
Carnalentejana	53,63	20,67	13,97	8,38	2,23	0	0,56	0,56
Carne MPB	64,8	18,99	6,7	5,03	1,12	2,23	0,56	0,56
Suíno	8,94	20,11	28,49	26,26	12,85	1,12	2,23	0
Aves	2,79	11,17	29,61	26,26	21,23	7,82	0,56	0,56
Outras	31,28	27,37	22,91	12,29	3,91	1,68	0,56	0

Os respondentes que admitem o consumo de Carnalentejana e carne de modo de produção biológico por parte dos agregados familiares, demonstram que com maior frequência consomem este tipo de carne em quantidades de 100 g por semana (20,67% e 18,99% respetivamente).

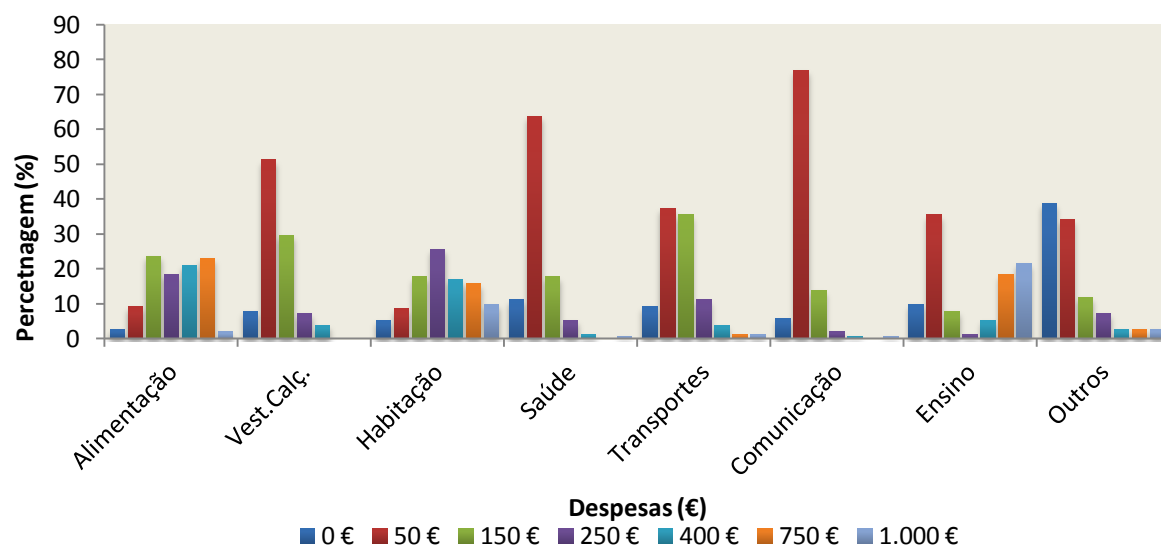
Nas quantidades consumidas semanalmente de carnes existem algumas diferenças entre os inquéritos. A carne de bovino, no 1º inquérito era consumida com maior frequência em quantidades de 350g, já no 2º inquérito a quantidade aumenta para 750g por semana. A carne de bovino de modo de produção biológico não está presente no 1º inquérito mas uma vez que as carnes de modo de produção biológico seguem o mesmo padrão de distribuição nos dois inquéritos, pode acreditar-se que o mesmo aconteceria com a carne de bovino Biológica.

12 – Despesas do Agregado Familiar

2º Inquérito

No gráfico 55 pode observar-se que nas despesas com a alimentação os respondentes dizem gastar maioritariamente entre 150€ (23,68%), 250€ (18,42%), 400€ (21,05%) e 750€ (23,02%). Relativamente a despesas com vestuário e calçado, saúde, transportes, comunicação e ensino, os agregados familiares despendem em maioria 50€ por mês. Nas despesas com a habitação 25,66% dos inquiridos dizem despende 250€ mês. Em relação a outras despesas que possam existir, 34,21% dos respondentes dizem despende 50€ enquanto 38,66% dizem não ter despesas extras.

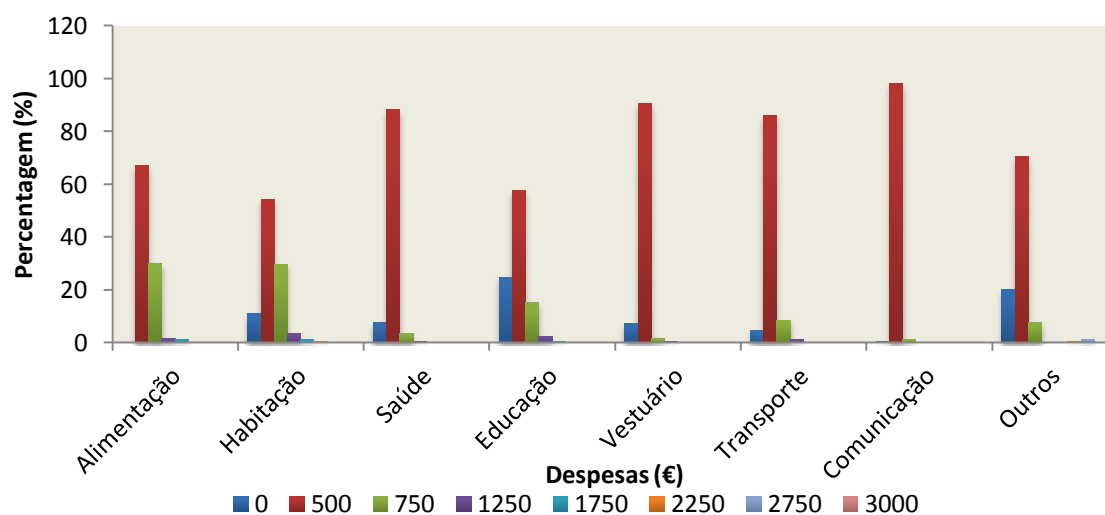
Gráfico 55 - Despesas mensais do agregado familiar por mês – Inquérito 2



1º Inquérito

No gráfico 56 pode observar-se que a maioria dos respondentes admite que o agregado familiar não gasta mais de 500€ por mês em alimentação, habitação, saúde, educação, vestuário, transporte, comunicação ou outras despesas. Estas despesas são correspondentes ao primeiro inquérito. Neste a pergunta foi realizada com diferentes intervalos de quantias.

Gráfico 56 - Despesas mensais do agregado familiar por mês – Inquérito 1

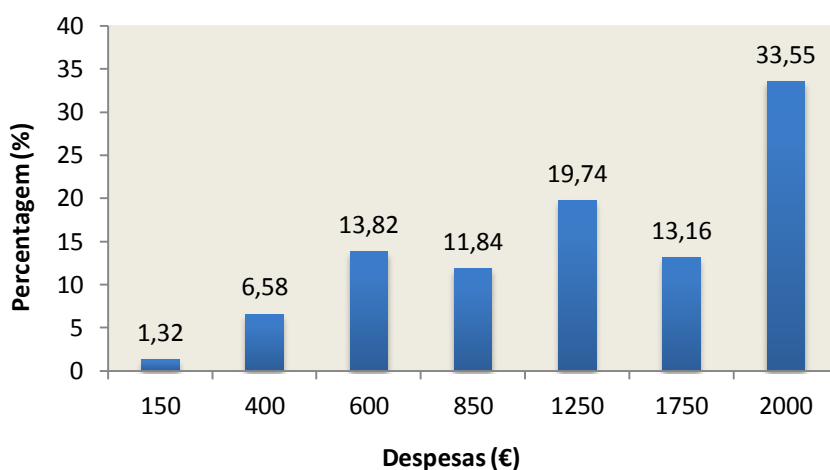


13 – Total de Despesas do Agregado

2º Inquérito

No gráfico 57 pode analisar-se o total de dinheiro despendido pelos agregados familiares para as despesas mensais. 33,35% dos respondentes afirma despende 2000€ mensais no total das despesas e 19,74% admite despende 1250€. Pode ver-se ainda que 1,32% dos respondentes diz despende apenas 150€ por mês.

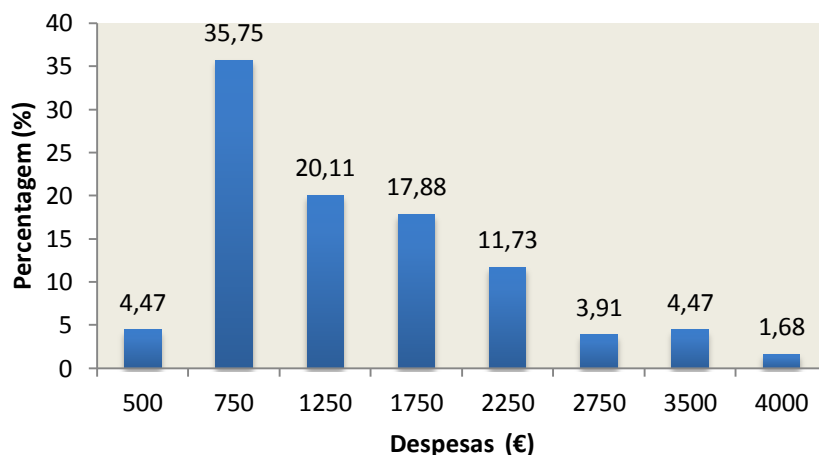
Gráfico 57 - Total de despesas mensais do agregado familiar – Inquérito 2



1º Inquérito

No gráfico 58 pode analisar-se o total de dinheiro despendido pelos agregados familiares para as despesas mensais. 35,75% dos respondentes afirma despende 750€ mensais no total das despesas e 20,11% admite despende 1250€. Pode ver-se ainda que 1,68% despendem 4000€ ou mais por mês. Neste inquérito a pergunta foi realizada com diferentes intervalos de quantias despendidas.

Gráfico 58 - Total de despesas mensais do agregado familiar – Inquérito 1



Os intervalos são diferentes nos dois inquéritos não sendo possível uma melhor comparação.

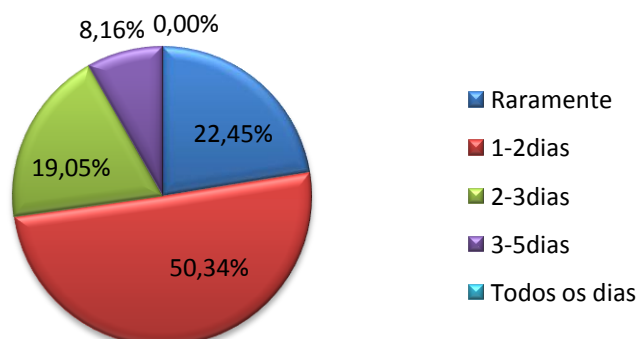
14 – Frequência de Compra de Carne Bovina

2º Inquérito

Das 152 respostas aceites, 5 respondentes não indicaram se consumiam carne bovina. A partir da segunda parte do inquérito, as respostas passam a ser direccionadas para o respondente (152 respondentes) e não para o seu agregado familiar.

O gráfico 59 representa a frequência de compra dos respondentes de carne bovina por semana. A maioria (50,34%) diz comprar esta carne 1 a 2 dias por semana. É também possível verificar, como seria de esperar, que nenhum dos respondentes compra carne bovina diariamente.

Gráfico 59 - Frequência de compra de carne bovina por semana – Inquérito 2

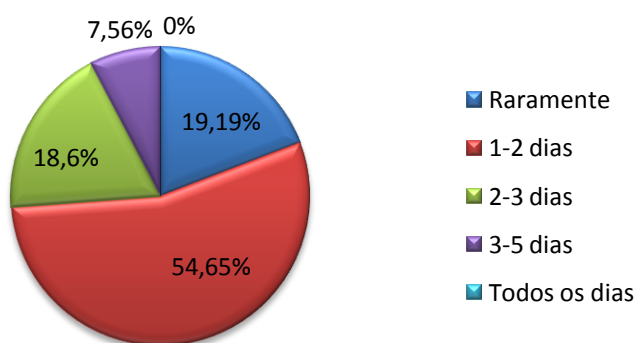


1º Inquérito

Das 179 respostas aceites, 7 respondentes (3,91%) indicaram não consumir carne bovina. A partir da segunda parte do inquérito, as respostas passam a ser direccionadas para o respondente (172 respondentes) e não para o seu agregado familiar.

O gráfico 60 representa a frequência de compra dos respondentes de carne bovina por semana. A maioria (54,65%) diz comprar esta carne 1 a 2 dias por semana. É também possível verificar, como seria de esperar, que nenhum dos respondentes compra carne bovina diariamente.

Gráfico 60 - Frequência de compra de carne bovina por semana – Inquérito 1



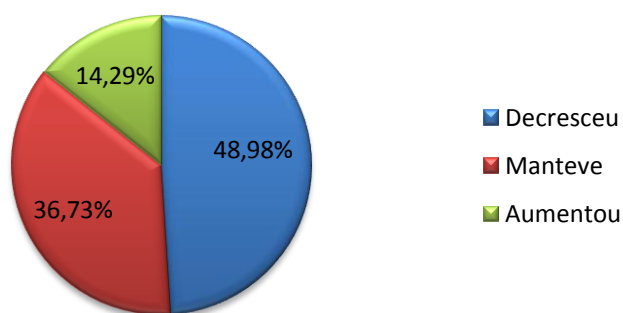
Em ambos os inquéritos as respostas são coincidentes.

15 – Evolução do Consumo

2º Inquérito

No gráfico 61 pode ver-se que quase 50% dos inquiridos (48,98%) admite que o seu consumo de carne bovina nos últimos 5 anos decresceu. Outros 36,73% admitem terem mantido o consumo e apenas 14,29% dizem ter aumentado o mesmo.

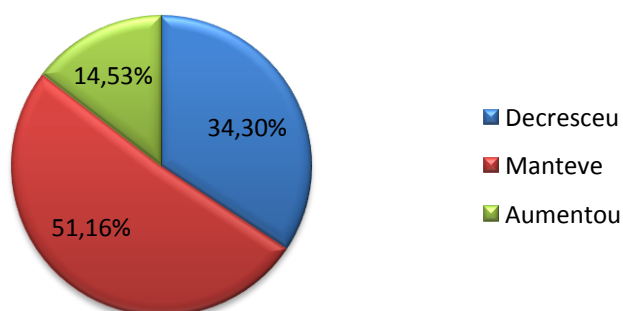
Gráfico 61 - Evolução do consumo de carne bovina – Inquérito 2



1º Inquérito

Pode ver-se no gráfico 62 que a evolução do consumo de carne bovina, em maioria, manteve-se (51,16%) ao longo dos últimos 5 anos segundo os respondentes. A percentagem de indivíduos que admitem ter diminuído o consumo de carne bovina (34,30%) é superior aos que admitem terem aumentado o mesmo (14,53%).

Gráfico 62 - Evolução do consumo de carne bovina – Inquérito 1



Pode ver-se que no 1º inquérito a maioria respondeu que o consumo se Manteve ao longo de 5 anos e no 2º inquérito a resposta mais escolhida foi Decresceu.

16 – Motivos de Compra de Carne Bovina

2º Inquérito

Nesta pergunta os inquiridos poderiam assinalar várias respostas de acordo com os seus motivos pessoais. Na tabela 33 pode observar-se as frequências das respostas dadas pelos 147 respondentes consumidores de carne bovina.

Dos 147 respondentes, 59,18% a Satisfação como o principal motivo de compra. A Tradição Familiar, Saúde/Nutrição e Facilidade de Consumo foram os motivos seguintes mais

apontados para a compra de carne bovina (34,69%; 30,61% e 27,89% respectivamente). Pode ver-se na tabela que apenas 4,40% dos 147 respondentes admitem que a Segurança que têm na carne bovina que consomem é motivo para a compra da mesma.

Tabela 32 - Motivos de compra de carne bovina – Inquérito 2

Motivos de Compra	%
Facilidade de Compra	27,21
Facilidade de Consumo	27,89
Preço	21,09
Refeições Ocasionais	21,09
Satisfação	59,18
Saúde/Nutrição	30,61
Segurança	3,40
Tradição Familiar	34,69
Outro	4,082

1º Inquérito

Nesta pergunta os inquiridos poderiam assinalar várias respostas de acordo com os seus motivos pessoais. Na tabela 34 pode observar-se as frequências das respostas dadas pelos 169 respondentes consumidores de carne bovina.

68,60% dos 172 respondentes apontaram a Satisfação como o principal motivo de compra. A saúde/nutrição, facilidade de compra e refeições ocasionais foram os motivos seguintes mais apontados para a compra de carne bovina (30,23%; 26,16% e 26,16% respectivamente). Pode ver-se na tabela que apenas 6,40% dos 172 respondentes admitem que a segurança que têm na carne bovina que consomem é motivo para a compra da mesma. É possível observar ainda que apenas um respondente (0,58%) indicou outro motivo de compra (quando não cozinha só para si).

Tabela 33 - Motivos de compra de carne bovina – Inquérito 1

Motivos de compra	%
Facilidade de compra	26,16
Facilidade de consumo	23,84
Preço	18,02
Refeições ocasionais	26,16
Satisfação	68,60
Saúde/Nutrição	30,23
Segurança	6,40
Tradição familiar	23,26
Outro	0,58

O motivo de compra mais escolhido pelos respondentes é igual nos dois inquéritos. Dos seguintes três motivos mais escolhidos, dois são diferentes. No 1º inquérito os três seguintes mais escolhidos foram Saúde/Nutrição, Facilidade de Compra e Refeições Ocasionais. No 2º inquérito foram Tradição familiar, Saúde/Nutrição e Facilidade de Consumo.

17 – Aspectos relevantes no momento de compra de carne bovina

2º Inquérito

Nesta pergunta poderiam ser assinaladas várias respostas. Como é possível observar na tabela 35, 73,47% dos respondentes admitem que os aspectos qualitativos (cor, teor de gordura, suculência, tenrura) são os aspectos mais relevantes no momento de compra. O preço e o país de origem (53,06% e 48,98% respectivamente) são os segundo e terceiro aspectos mais apontados como relevantes no momento de compra. Apenas dois respondentes (1,36%) indicaram outro aspecto relevante no momento de compra (confiança no fornecedor).

Tabela 34 - Aspectos relevantes no momento de compra de carne bovina – Inquérito 2

Aspectos relevantes	%
Qualitativos (cor, teor de gordura, suculência, tenrura)	73,47
Bem-estar animal	11,56
Certificação	25,17
Informação Nutricional	8,84
Marca	11,56
Modo de produção	15,65
País de origem	48,98
Preço	53,06
Processamento (Matadouro)	7,483
Nenhum dos anteriores	1,36
Outros	1,36

1º Inquérito

Nesta pergunta poderiam ser assinaladas várias respostas. Como é possível observar na tabela 36, 88,37% dos respondentes admitem que os aspectos qualitativos (cor, teor de gordura, suculência, tenrura) são relevantes no momento de compra. O preço e o país de origem (65,12% e 54,07% respectivamente) são os segundo e terceiro aspectos mais apontados como relevantes no momento de compra. Apenas um respondente (0,58%) indicou outro aspecto relevante no momento de compra (confiança no fornecedor).

Tabela 35 - Aspectos relevantes no momento de compra de carne bovina – Inquérito 1

Aspectos relevantes	%
Aspectos qualitativos (cor, teor de gordura, suculência, tenrura)	88,37
Bem-estar animal	23,26
Certificados	40,12
Informação nutricional	17,44
Marca	13,95
Modo de produção	23,84
País de origem	54,07
Preço	65,12
Preocupação ambiental	11,63
Processamento	15,12
Nenhum dos anteriores	0,58
Outro	0,58

Os aspectos relevantes no momento de compra considerados mais importantes foram iguais nos dois inquéritos.

18 – Origem da carne bovina consumida

2º Inquérito

A origem da carne bovina consumida pelos respondentes está representada na tabela 37. Nesta pergunta os respondentes podiam mais uma vez assinalar mais do que uma resposta. É possível ver que 79,59% dos 147 respondentes diz consumir carne bovina de origem nacional, 12,93% dizem consumir carne importada da Argentina e 9,52% de Espanha. Cerca de 23,13% dos indivíduos não sabem a origem da carne consumida. Dois respondentes (1,36%) afirmam consumir carne bovina oriunda de outro local não especificado nas hipóteses de resposta (Nova Zelândia e Holanda).

Tabela 36 - Origem da carne bovina consumida – Inquérito 2

Origem	%
Nacional	79,59
Espanha	9,52
Irlanda	2,04
Reino Unido	1,36
Polónia	0,68
Uruguai	2,72
Brasil	8,84
Argentina	12,93
Não sabe	23,13
Outro	1,36

1º Inquérito

A origem da carne bovina consumida pelos respondentes está representada na tabela 38. Nesta pergunta os respondentes podiam mais uma vez assinalar mais do que uma resposta. É possível ver que 83,72% dos 172 respondentes diz consumir carne bovina de origem nacional, e 15,12% dizem consumir carne importada de Espanha. Cerca de 17,44% dos indivíduos não sabem a origem da carne consumida. Dois respondentes (1,16%) afirmam consumir carne bovina oriunda de outro local não especificado nas hipóteses de resposta (Nova Zelândia).

Tabela 37 - Origem da carne bovina consumida – Inquérito 1

Origem da carne	%
Nacional	83,72
Espanha	15,12
Irlanda	2,33
Reino Unido	1,16
Polónia	1,74
Uruguai	5,23
Brasil	11,05
Argentina	12,79
Outro	1,16
Não sabe	17,44

Os principais países de onde é originária a carne bovina consumida pelos respondentes são os mesmos nos dois inquéritos com a diferença que no 1º inquérito os respondentes dizem consumir mais carne vinda de Espanha seguida da Argentina. No 2º inquérito a ordem inverte-se.

19 – Conhecimento da Carnalentejana

2º Inquérito

Pode ver-se no gráfico 63 que 80,26% dos 152 respondentes conhecem a marca Carnalentejana. A partir deste ponto apenas se aceitaram as respostas positivas, contando assim com 122 respostas no total.

Dos 122 respondentes, 70,39% afirmaram já ter consumido carne bovina da marca Carnalentejana (gráfico 64). Novamente, a partir deste ponto apenas se aceitaram as respostas positivas, contando um total de 107 respostas.

Gráfico 63 - Conhecimento da marca Carnalentejana – Inquérito 2

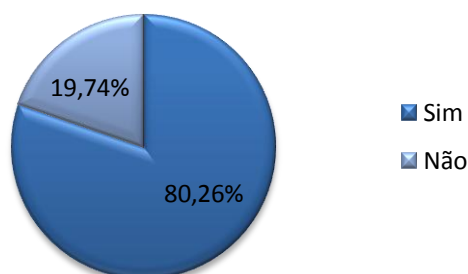
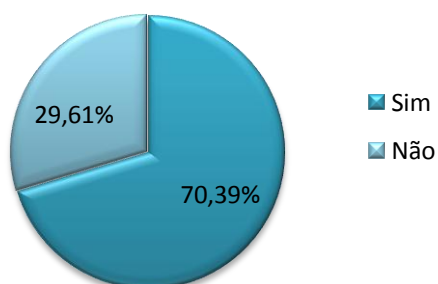


Gráfico 64 - Consumo de Carnalentejana – Inquérito 2



1º Inquérito

Pode ver-se no gráfico 65 que 76,16% dos 172 respondentes, consumidores de carne de bovino, conhecem a marca Carnalentejana. A partir deste ponto apenas se aceitaram as respostas positivas, contando assim com 131 respostas no total.

Dos 131 respondentes, 85,50% afirmaram já ter consumido carne bovina da marca Carnalentejana (gráfico 66). Novamente, a partir deste ponto apenas se aceitaram as respostas positivas, contando um total de 112 respostas.

Gráfico 65 - Conhecimento da marca Carnalentejana – Inquérito 1

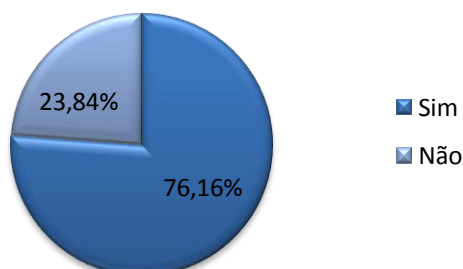
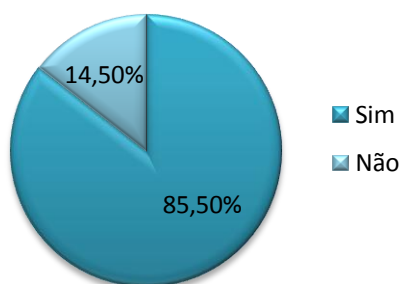


Gráfico 66 - Consumo de Carnalentejana – Inquérito 1

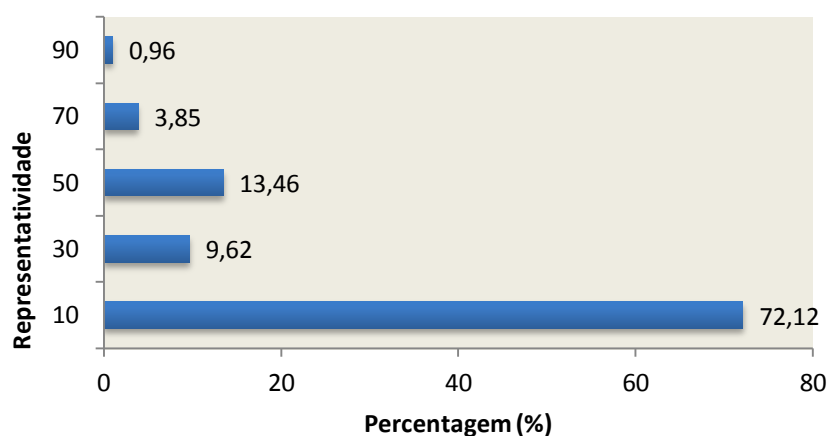


20 – Representatividade do consumo de Carnalentejana

2º Inquérito

A grande maioria dos indivíduos que consomem ou já consumiram carne da marca Carnalentejana (72,12%) diz que esta representa cerca de 10% do consumo total de carne bovina mensal. É possível observar que cerca de 13,46% dos respondentes admite que a carne desta marca representa 50% do total de carne bovina consumida mensalmente.

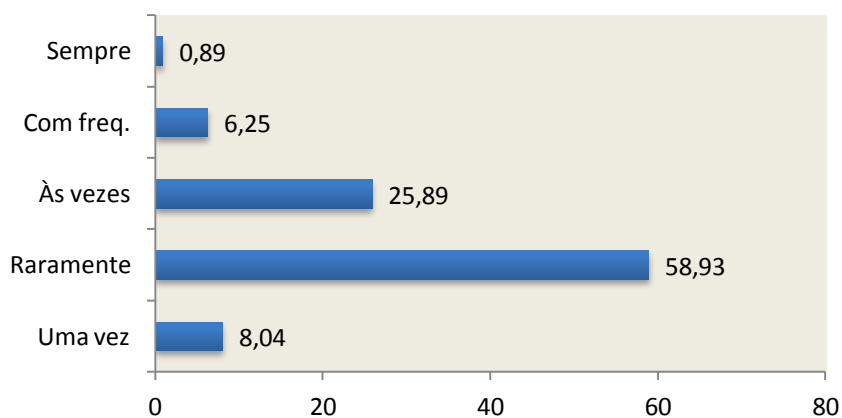
Gráfico 67 - Representatividade do consumo de carne bovina da marca Carnalentejana – Inquérito 2



1º Inquérito

Dos indivíduos que consomem ou já consumiram carne da marca Carnalentejana, a maioria (58,93%), diz fazê-lo raramente, e 25,89% admite que consome às vezes, como se pode ver no gráfico 68. Existem respondentes que apenas consumiram carne da mesma marca apenas uma vez (8,04%) e apenas 0,89% (1 respondente) admite consumir sempre Carnalentejana no que respeita ao consumo de carne bovina.

Gráfico 68 - Frequência de consumo de carne bovina da marca Carnalentejana – Inquérito 1



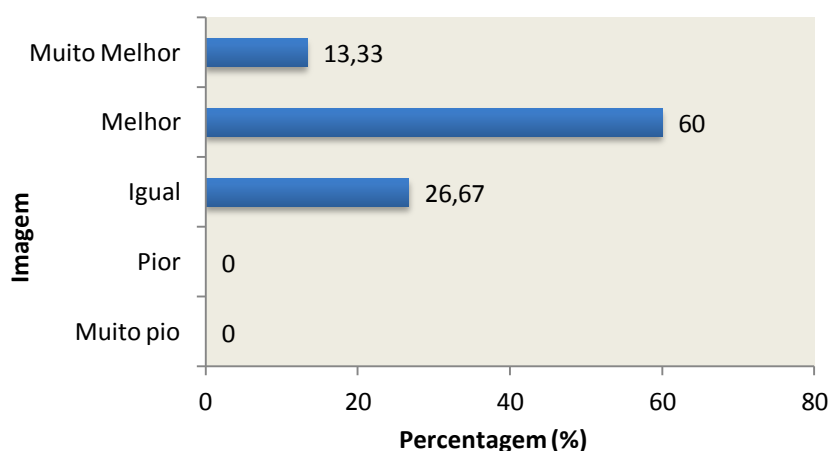
Neste caso o tipo de resposta era diferente nos dois inquéritos não sendo por isso possível fazer uma comparação mais realista mas podemos observar que a maioria das respostas tem o mesmo padrão.

21 – Imagem da Carnalentejana

2º Inquérito

Em relação à imagem que os respondentes têm da carne bovina da marca Carnalentejana (gráfico 69) pode dizer-se que a maioria vê a marca como sendo Melhor (60,00%). 26,67% dos respondentes vê a carne desta marca como Igual à carne bovina “convencional” e 13,33% diz ser Muito melhor.

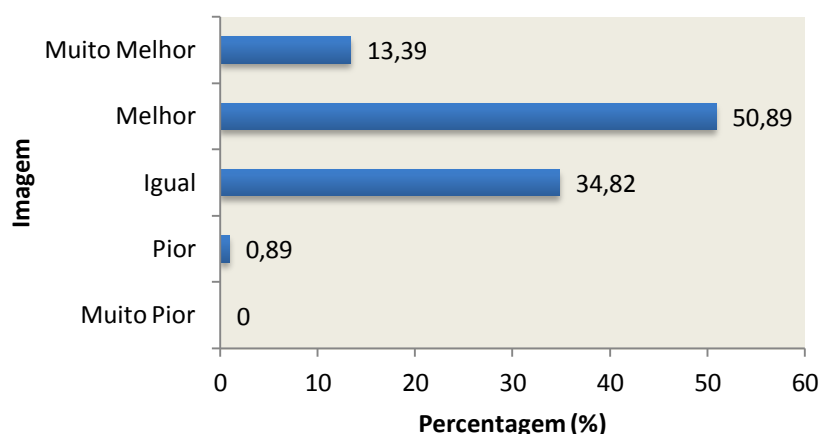
Gráfico 69 - Imagem da marca de carne bovina Carnalentejana segundo os respondentes – Inquérito 2



1º Inquérito

Em relação à imagem que os respondentes têm da carne bovina da marca Carnalentejana (gráfico 70) pode dizer-se que a maioria vê a marca como sendo melhor (50,89%) ou igual (34,82%) que a carne bovina “convencional”. Alguns respondentes dizem ser muito melhor (13,39%) enquanto um indivíduo (0,89%) afirma ser pior (má textura e moagem da carne de hambúrgueres da marca Carnalentejana, existência de ossos e cartilagem visíveis no preparado). Nenhum respondente considera a carne de marca Carnalentejana muito pior que a carne bovina “convencional”.

Gráfico 70 - Imagem da marca de carne bovina Carnalentejana segundo os respondentes – Inquérito 1



22 – Aspectos que favorecem a Carnalentejana

2º Inquérito

Nesta pergunta os respondentes poderiam escolher mais do que uma hipótese de resposta. A maioria dos 107 respondentes (49,53%) indicou o incentivo à produção nacional como um dos principais aspectos que favorece a marca Carnalentejana e 35,51% indicaram também o sabor como mais um dos aspectos mais favoráveis. Também se mostraram importantes, aspectos como: o aspecto mais natural da carne (34,58%), a ideia de ser uma carne mais saudável (29,91%), a Suculência da carne (28,97%), o modo de produção (28,04%) e a cor da carne (25,23%) (tabela 39).

Tabela 38 - Aspectos que favorecem a carne da marca Carnalentejana – Inquérito 2

Aspectos que Favorecem a Carnalentejana	%
Aroma	16,82
Aspecto mais Natural	34,58
Bem-estar animal	15,89
Cor da Carne	25,23
Incentivo à Produção Nacional	49,53
Mais Saudável	29,91
Modo de Produção	28,04
Publicidade/Marketing	8,41
Sabor	35,51
Segurança Alimentar	18,69
Suculência	28,97
Tenrura	22,43
Teor de Gordura	6,54

1º Inquérito

Nesta pergunta os respondentes poderiam escolher mais do que uma hipótese de resposta. A maioria dos 112 respondentes (59,82%) indicou o incentivo à produção nacional como um aspecto que favorece a marca Carnalentejana e 42,86% indicaram também o sabor como mais um aspecto favorável. Também se mostraram importantes, aspectos como: a cor da carne (41,96%), a suculência (34,82%), a tenrura (33,93%), o modo de produção (32,14%) e o aspecto mais natural da carne (31,25) (tabela 40). 4 dos 112 respondentes não responderam a esta questão.

Tabela 39 - Aspectos que favorecem a carne da marca Carnalentejana – Inquérito 1

Aspetos que favorecem a Carnalentejana	%
Aroma	18,75
Aspecto mais natural	31,25
Bem-estar animal	28,57
Cor da carne	41,96
Incentivo à produção Nacional	59,82
Mais saudável	23,21
Modo de produção	32,14
Publicidade/Marketing	23,21
Sabor	42,86
Segurança alimentar	17,86
Suculência	34,82
Tenrura	33,93
Teor de gordura	10,71
Outro	0
Não respondeu	3,57

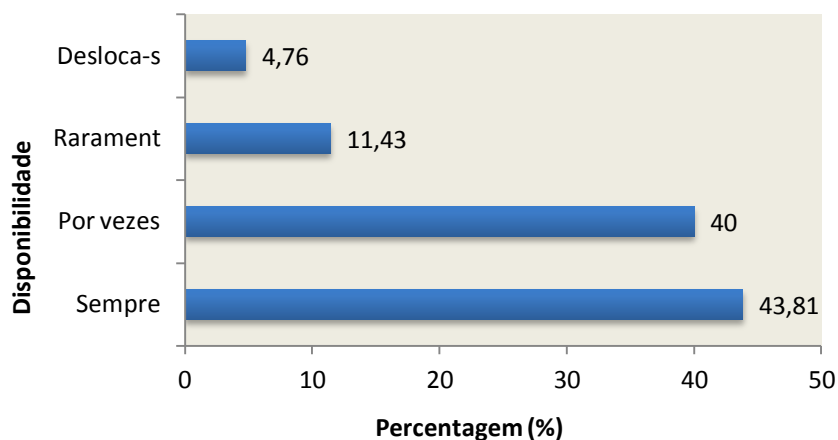
Nos dois inquéritos, os principais aspectos que segundo os respondentes favorecem a Carnalentejana são muito parecidos sendo os mais importantes o Incentivo à Produção Nacional, o Sabor e no caso do 1º inquérito a Cor da Carne. Já no 2º inquérito o 3º aspecto mais escolhido foi o Aspecto mas Natural.

23 – Disponibilidade da Carnalentejana no local de compras habitual

No gráfico 71 encontra-se representada a disponibilidade da carne bovina da marca Carnalentejana no local de compras habituais (2º Inquérito). Como é possível observar, a grande maioria dos respondentes diz que a carne desta marca está Sempre (43,81%) ou Por vezes (40,00%) disponível no local onde habitualmente realizam as suas compras. Apenas

4,76% dos respondentes admite deslocar-se a um estabelecimento diferente para obter este produto.

Gráfico 71 - Disponibilidade da Carnalentejana no local de compras habitual



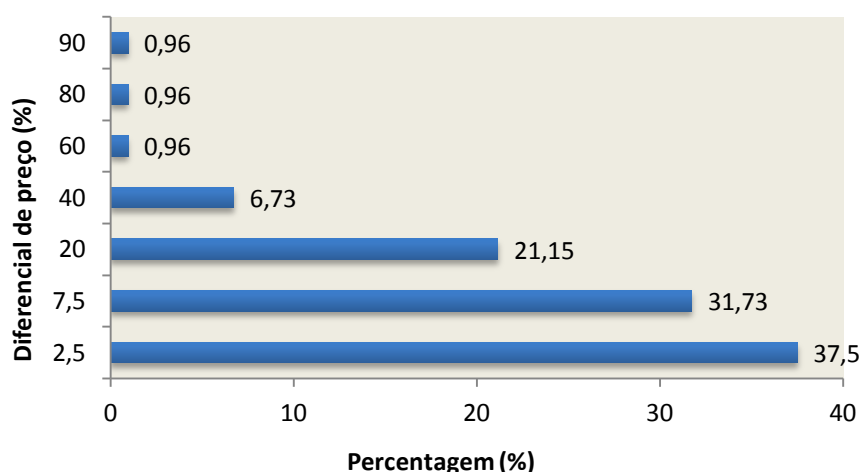
Esta pergunta estava presente apenas no segundo inquérito.

24 – Diferencial de preço disposto a pagar

2º Inquérito

No gráfico 72 pode observar-se o diferencial de preço que os respondentes estão dispostos a pagar pela carne bovina de marca Carnalentejana relativamente à carne “convencional”. A classe de 2,5% (pertencente ao intervalo [0-5%]), 7,5% (pertencente ao intervalo [5-10%]) e 20% (pertencente ao intervalo [10-30%]) foram escolhidas como resposta com maior frequência (37,5%, 31,73% e 21,15% respectivamente). As classes de 60%, 80% e 90% foram escolhidas com a mesma frequência (0,96%).

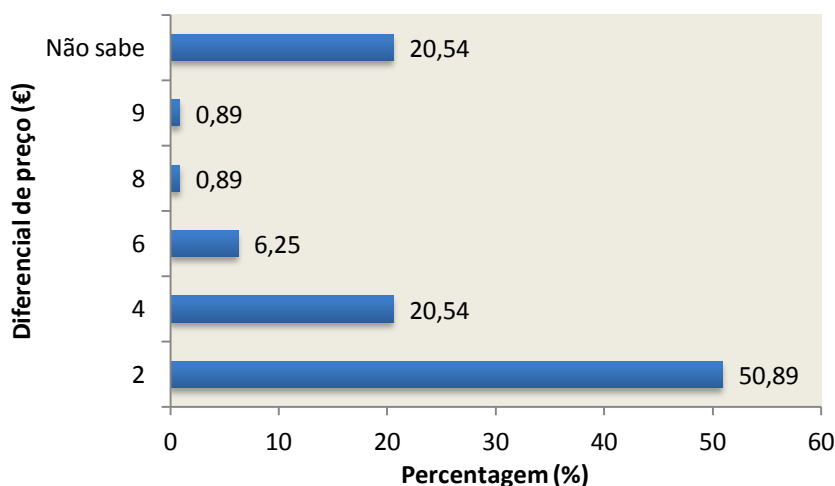
Gráfico 72 - Diferencial de preço que os respondentes estão dispostos a pagar pela carne de marca Carnalentejana – Inquérito 2



1º Inquérito

No gráfico 73 pode observar-se o diferencial de preço que os respondentes estão dispostos a pagar pela carne bovina de marca Carnalentejana relativamente à carne “convencional”. É visível que 50,89% dos 112 respondentes estão apenas dispostos a pagar um diferencial médio de 2€ por quilograma e 20,54% admitem pagar um diferencial médio de 4€. A mesma percentagem indica ainda que não sabe que preço está disposto a pagar pela carne de marca Carnalentejana (20,54%).

Gráfico 73 - Diferencial de preço que os respondentes estão dispostos a pagar pela carne de marca Carnalentejana – Inquérito 1



O diferencial de preço que o respondente estava disposto a pagar foi perguntado de forma diferente nos dois inquéritos. No 1º perguntava-se em euros (€) a diferença que pretendiam pagar e no 2º em percentagem (%). Apesar da diferença de perguntas a conclusão foi a

mesma, a maioria está sempre disposto a pagar o menor preço, 2€ no 1º inquérito e 2,5% no 2º.

25 – Conhecimento da carne de bovino de modo de produção biológico

2º Inquérito

O gráfico 74 aponta para que 79,61% dos respondentes conhecem ou já ouviram falar em carne de modo de produção biológico. No entanto, é de ressaltar que 20,39% dos respondentes (31 indivíduos) não conhecem ou nunca ouviram falar do mesmo tipo de carne. A partir deste ponto apenas se aceitaram as respostas positivas, contando assim com 121 respostas no total.

Dos 121 respondentes, 46,71% afirmaram já ter consumido carne de modo de produção biológico (gráfico 75). Novamente, a partir deste ponto apenas se aceitaram as respostas positivas, contando um total de 71 respostas.

Gráfico 74 - Conhecimento carne de modo de produção biológico – Inquérito 2

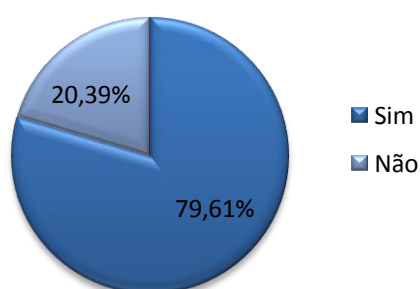
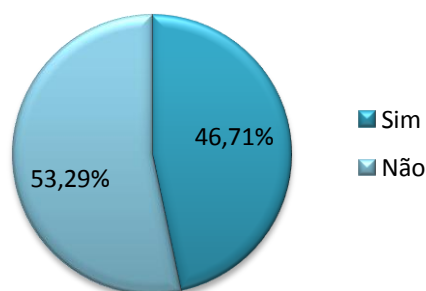


Gráfico 75 - Consumo carne de modo de produção biológico – Inquérito 2



1º Inquérito

O gráfico 76 aponta para que 82,56% dos respondentes conhecem ou já ouviram falar em carne de modo de produção biológico. No entanto, é de ressaltar que 17,44% dos respondentes (30 indivíduos) não conhecem ou nunca ouviram falar do mesmo tipo de carne. A partir deste ponto apenas se aceitaram as respostas positivas, contando assim com 142 respostas no total.

Dos 142 respondentes, 69,72% afirmaram já ter consumido carne de modo de produção biológico (gráfico 77). Novamente, a partir deste ponto apenas se aceitaram as respostas positivas, contando um total de 99 respostas.

Gráfico 76 - Conhecimento de carne de modo de produção biológico - Inquérito 1

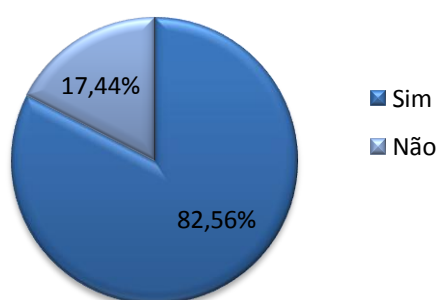
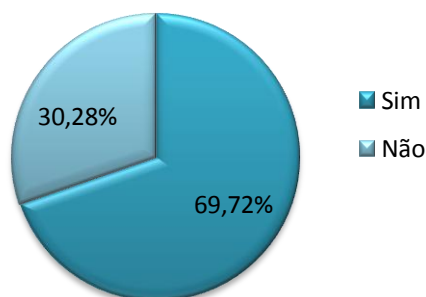


Gráfico 77 - Consumo carne de modo de produção biológico - Inquérito 1



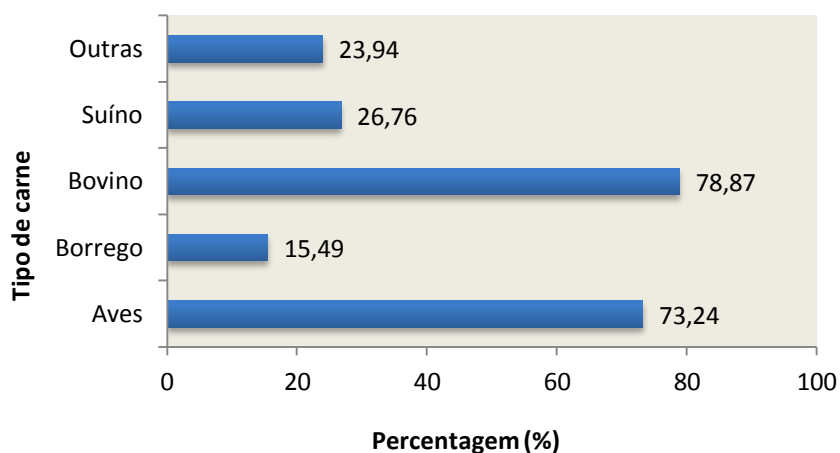
Pode observar-se que em termos de consumo de carne de modo de produção biológico, os respondentes do primeiro inquérito admitem em maior percentagem o consumo da mesma.

26 – Carne de modo de produção biológico consumida

2º Inquérito

Nesta pergunta os inquiridos poderiam escolher mais do que uma hipótese de resposta. É possível observar no gráfico 78 uma clara supremacia da carne de bovino de modo de produção biológico (78,87%) e da carne de modo de produção biológico de aves (73,24%). As carnes de borrego, suíno e outras (coelho, cabrito, etc.) demonstram frequências de resposta parecidas (15,49%; 26,76% e 23,94% respectivamente).

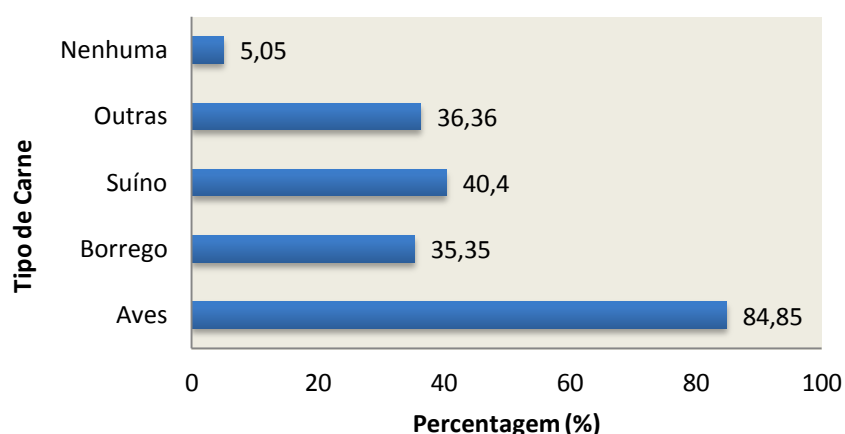
Gráfico 78 - Tipo de carne de modo de produção biológico consumida – Inquérito 2



1º Inquérito

Nesta pergunta os inquiridos poderiam escolher mais do que uma hipótese de resposta. É possível observar no gráfico 79 uma clara supremacia da carne de modo de produção biológico de aves (84,85%). As carnes de borrego, suíno e outras (coelho, cabrito, etc.) demonstram frequências de resposta parecidas (35,35%; 40,40% e 36,36% respectivamente). Apenas 5 respondentes (5,05%) indicaram nunca ter consumido nenhuma das carnes anteriormente referidas.

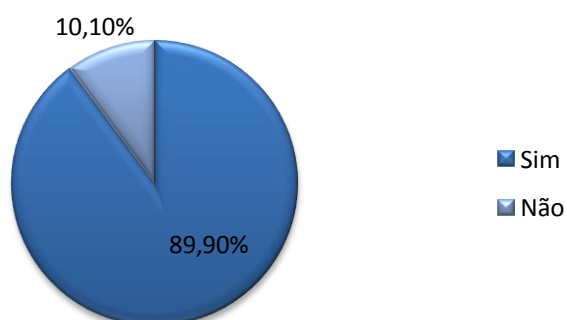
Gráfico 79 - Tipo de carne de modo de produção biológico consumida (exceptuando carne de bovino) – Inquérito 1



1º Inquérito

No gráfico 80 pode ver-se que 89,90% dos mesmos afirmaram já ter consumido. A partir deste ponto consideram-se apenas as 89 respostas afirmativas.

Gráfico 80 - Consumo de carne bovina de modo de produção biológico – Inquérito 1



Relativamente aos tipos de carnes de modo de produção biológico consumidas, a pergunta foi feita de forma diferente nos dois inquéritos mas a conclusão foi a mesma com a carne de bovino de modo de produção biológico a ser a mais consumida seguida pela carne de Aves e a de Suíno.

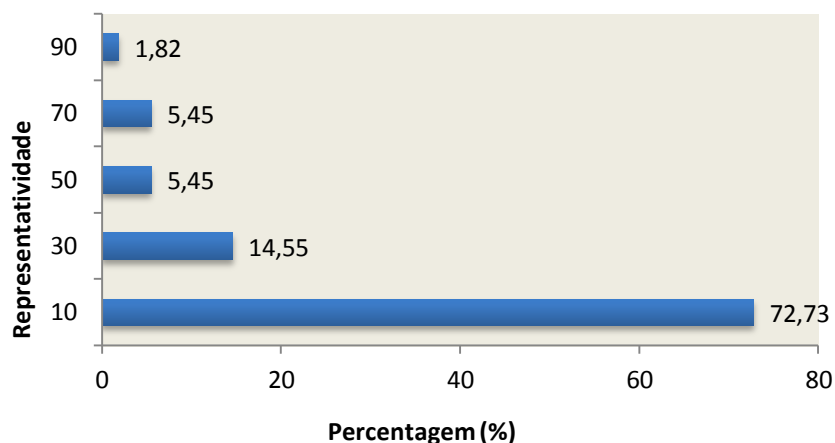
27 – Representatividade do consumo de carne de bovino de modo de produção biológico

2º Inquérito

Dos 71 indivíduos que consomem ou já consumiram carne bovina de modo de produção biológico, a maioria (72,73%), diz que esta representa cerca de 10% do consumo de carne bovina mensal. 14,55% dos respondentes dizem que a carne de bovino de modo de produção

biológico representa 30% do seu consumo mensal de carne bovina e ainda 1,82% admite que esta representa 90% do seu consumo.

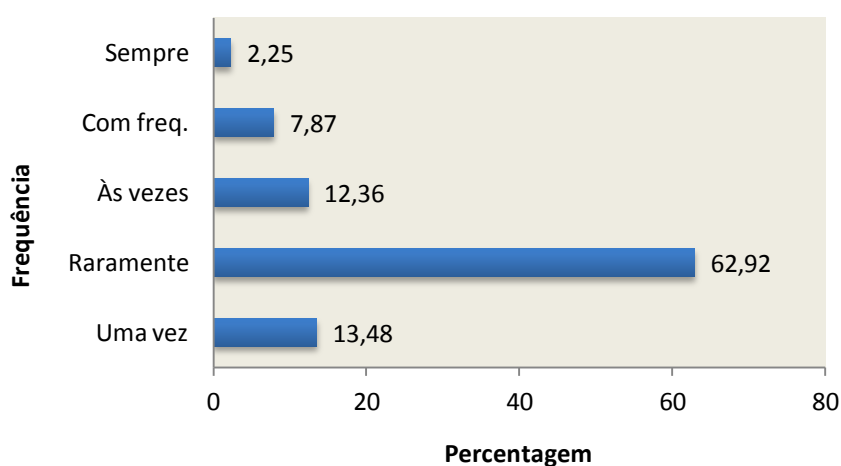
Gráfico 81 - Representatividade do consumo de carne bovina de modo de produção biológico – Inquérito 2



1º Inquérito

Dos 89 indivíduos que consomem ou já consumiram carne bovina de modo de produção biológico, a maioria (62,92%), diz fazê-lo raramente. 13,48% dos respondentes admite que consumiu esta carne uma vez apenas. Pode ainda ver-se no gráfico 82 que dois indivíduos (2,25%) responderam consumir sempre carne bovina de modo de produção biológico no que respeita ao consumo de carne bovina. Um indivíduo não respondeu a esta pergunta.

Gráfico 82 - Frequência de consumo de carne bovina de modo de produção biológico – Inquérito 1



Neste caso o tipo de resposta era diferente nos dois inquéritos não sendo por isso possível fazer uma comparação mais realista mas a conclusão obtida é a mesma, a carne de bovina de

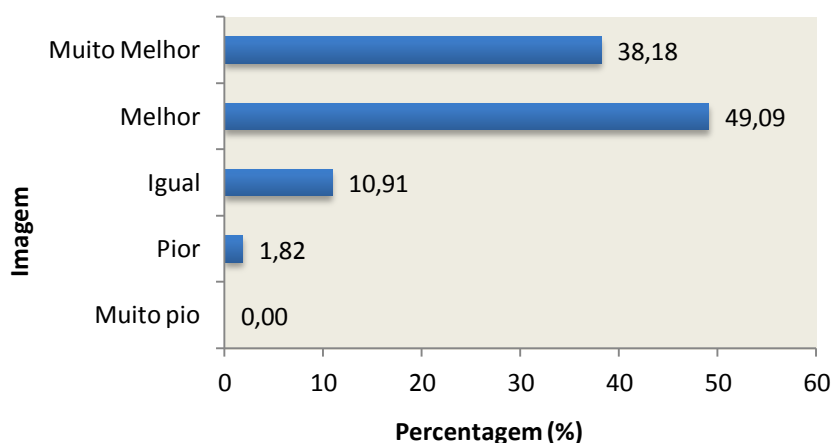
modo de produção biológico representa uma pequena percentagem e frequência de consumo no total de carne bovina consumida pelos respondentes.

28 – Imagem da carne de bovino de modo de produção biológico

2º Inquérito

Em relação à imagem que os respondentes têm da carne bovina de modo de produção biológico (gráfico 83) pode dizer-se que uma grande percentagem vê a carne referida como sendo Melhor (49,09%) e ainda 38,18% admitem ser muito melhor comparativamente à carne bovina “convencional”. Pode ver-se no gráfico que 1,82% dos respondentes (1 indivíduos) consideram a carne bovina de modo de produção biológico pior relativamente à “convencional” (afirmam ter um sabor e preço pouco apelativos). Nenhum respondente considera esta carne muito pior que a carne bovina “convencional”.

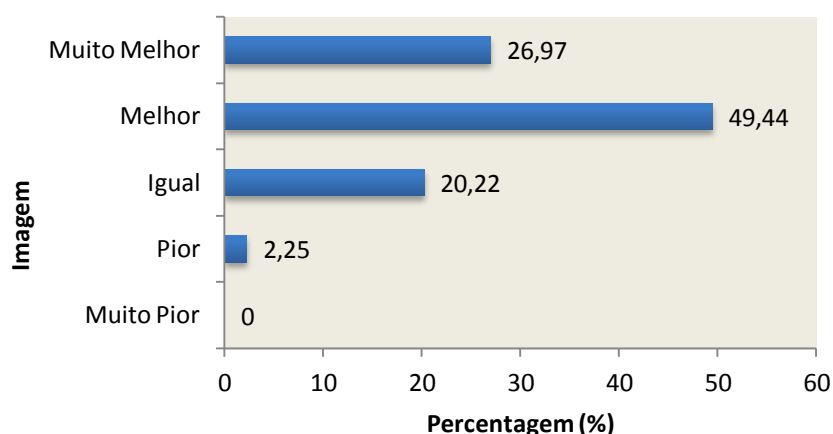
Gráfico 83 – Imagem da carne bovina de modo de produção biológico segundo os respondentes – Inquérito 2



1º Inquérito

Em relação à imagem que os respondentes têm da carne bovina de modo de produção biológico (gráfico 84) pode dizer-se que uma grande percentagem vê a carne referida como sendo melhor (49,44%) e ainda 26,97% admitem ser muito melhor comparativamente à carne bovina “convencional”. Pode ver-se ainda no gráfico que 2,25% dos respondentes (2 indivíduos) consideram esta carne pior relativamente à “convencional” (afirmam ter um sabor muito forte, paladar nada agradável e um preço alto). Nenhum respondente considera a carne bovina de modo de produção biológico muito pior que a carne bovina “convencional”. Um indivíduo (1,12%) não respondeu a esta pergunta.

Gráfico 84 - Imagem da carne bovina de modo de produção biológico segundo os respondentes – Inquérito 1



29 – Aspectos que favorecem a carne de bovino de modo de produção biológico

2º Inquérito

Nesta pergunta os respondentes poderiam escolher mais do que uma hipótese de resposta. Mais de metade dos 56 respondentes (55,36%) indicou como aspecto importante que favorece esta carne de bovino a resposta Mais Saudável. O Sabor (48,21%), Modo de Produção (44,64) e a Tenrura (41,07%) desta carne foram os seguintes aspectos mais escolhidos pelos respondentes. Apenas 3,57% dos respondentes admitem que a publicidade seja um aspecto que favorece a carne de modo de produção biológico, isto pode dever-se à falta de publicidade a estas carnes.

Tabela 40 - Aspectos que favorecem a carne bovina de modo de produção biológico – Inquérito 2

Aspectos que Favorecem a Carne de bovino de modo de produção biológico	%
Aroma	25,00
Aspecto mais Natural	28,57
Bem-estar Animal	35,71
Cor da Carne	26,79
Mais Saudável	55,36
Modo de Produção	44,64
Publicidade/Marketing	3,57
Sabor	48,21
Segurança Alimentar	30,36
Suculência	35,71
Tenrura	41,07
Teor de Gordura	14,29

1º Inquérito

Nesta pergunta os respondentes poderiam escolher mais do que uma hipótese de resposta. Mais de metade dos 89 respondentes (52,81%) indicou o modo de produção como um aspecto importante que favorece esta carne de bovino. 48,31% dos respondentes admite entender a carne bovina de modo de produção biológico como uma carne mais saudável, aspecto este favorável. O bem-estar animal (48,31%) e o sabor são outros aspectos com maior frequência de respostas (47,19%), assim como o aspecto mais natural da carne (44,94%) que os respondentes afirmar ter (tabela 42). 2 dos 89 respondentes não responderam a esta pergunta.

Tabela 41 - Aspectos que favorecem a carne bovina de modo de produção biológico – Inquérito 1

Aspectos que favorecem a carne bovina de modo de produção biológico	%
Aroma	31,46
Aspecto mais natural	44,94
Bem-estar animal	48,31
Cor da carne	37,08
Mais saudável	48,31
Modo de produção	52,81
Publicidade/Marketing	5,62
Sabor	47,19
Segurança alimentar	26,97
Suculência	42,7
Tenrura	33,71
Teor de gordura	19,1

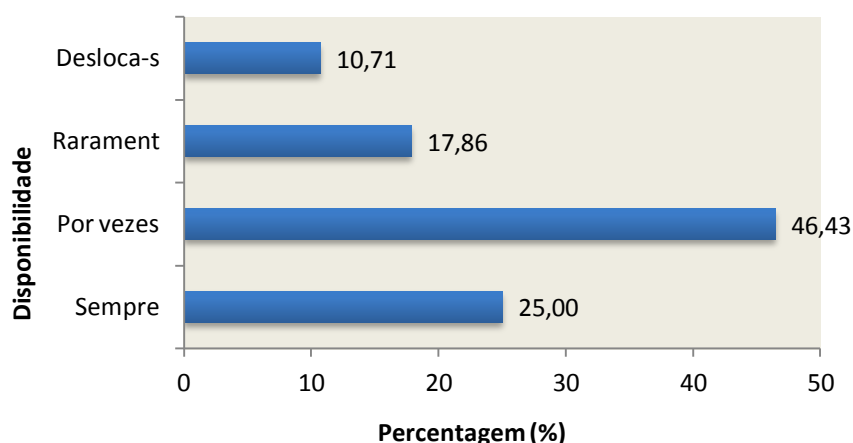
Em ambos os inquéritos os três principais aspectos mais indicados foram os mesmos embora em ordem diferente. No 1º inquérito aparece o Bem-estar animal com a mesma percentagem do aspecto Mais saudável.

30 – Disponibilidade da carne de bovino de modo de produção biológico no local de compras habitual

2º Inquérito

A disponibilidade carne bovina de modo de produção biológico no local de compra habitual de bens alimentares dos respondentes está representada no gráfico 85. A resposta mais frequente foi Por vezes disponível (46,43%) seguida da resposta Sempre disponível (25,00%). 10,71% dos respondentes admite deslocar-se a um local diferente para comprar carne de bovino de modo de produção biológico.

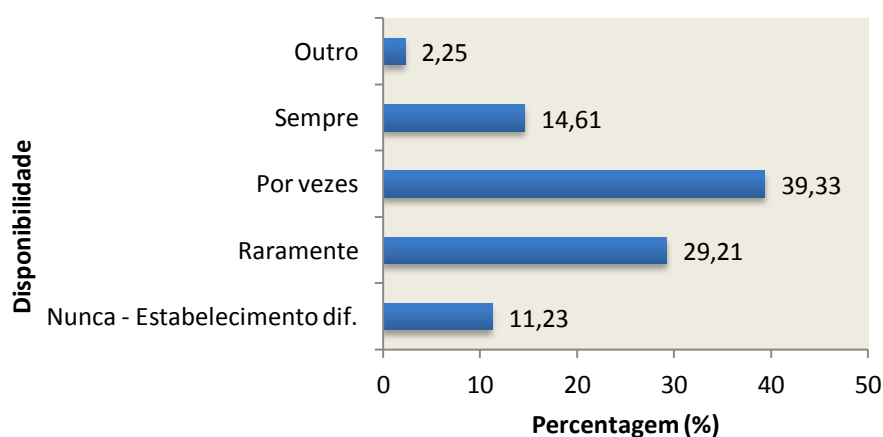
Gráfico 85 - Disponibilidade da carne bovina de modo de produção biológico no local de compra habitual de bens alimentares – Inquérito 2



1º Inquérito

A disponibilidade carne bovina de modo de produção biológico no local de compra habitual de bens alimentares dos respondentes está representada no gráfico 86. A resposta mais frequente foi Por vezes disponível (39,33%) seguida da resposta Raramente disponível (29,21%). No inquérito realizado a hipótese de resposta Nunca disponível – Estabelecimento diferente, estava dividida em duas: Nunca disponível e Desloca-se a um estabelecimento diferente para comprar; uma vez que ambas estão interligadas decidiu-se juntar as duas respostas em apenas uma, a qual, 11,23% dos respondentes escolheu. A hipótese de resposta Outro representa 2,25% das 89 respostas, 2 indivíduos afirmaram, cada um, comprar directamente ao produtor e ter criação própria. 3 respondentes não responderam a esta pergunta.

Gráfico 86 - Disponibilidade da carne bovina de modo de produção biológico no local de compra habitual de bens alimentares – Inquérito 1



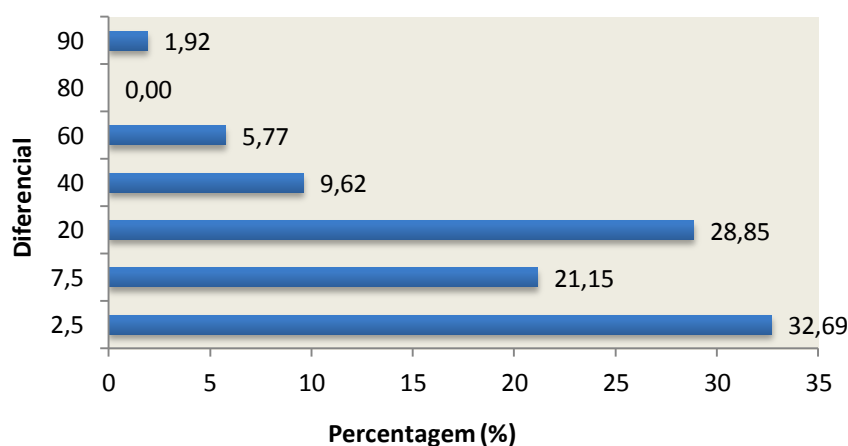
Em ambos os inquéritos a resposta Por vezes disponível foi a mais escolhida pelos respondentes. A segunda resposta mais indicada no 1º inquérito foi Raramente disponível e no 2º Sempre disponível.

31 – Diferencial de preço disposto a pagar

2º Inquérito

No gráfico 87 pode observar-se o diferencial de preço que os respondentes estão dispostos a pagar pela carne bovina de modo de produção biológico relativamente à carne “convencional”. Cerca de 32,69% dos 56 respondentes estão apenas dispostos a pagar um diferencial de 2,5% e 28,85% admitem pagar um diferencial de 20%. Pode ainda observar-se que pelo menos 5,77% dos respondentes estão dispostos a pagar até um diferencial de 60% e 1,92% (1 indivíduo) até 90%.

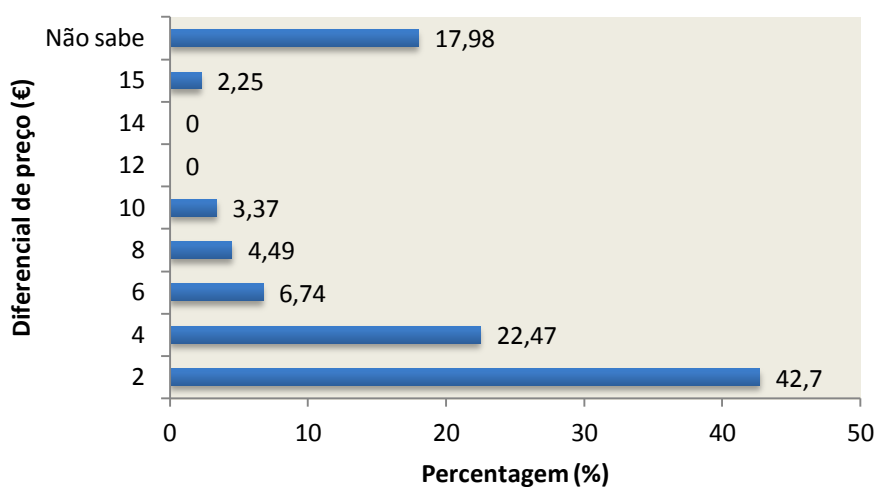
Gráfico 87 - Diferencial de preço que os respondentes estão dispostos a pagar por carne bovina de modo de produção biológico – Inquérito 2



1º Inquérito

No gráfico 88 pode observar-se o diferencial de preço que os respondentes estão dispostos a pagar pela carne bovina de modo de produção biológico relativamente à carne “convencional”. É visível que 42,70% dos 89 respondentes estão apenas dispostos a pagar um diferencial médio de 2€ por quilograma e 22,47% admitem pagar um diferencial médio de 4€. Alguns respondentes indicam não saber até que diferencial de preço estão dispostos a pagar pela carne bovina de modo de produção biológico (17,98%). Pode ainda observar-se que pelo menos 2,25% dos respondentes estão dispostos a pagar até um diferencial de 15€ ou mais.

Gráfico 88 - Diferencial de preço que os respondentes estão dispostos a pagar por carne bovina de modo de produção biológico – Inquérito 1



O diferencial de preço que o respondente estava disposto a pagar foi perguntado de forma diferente nos dois inquéritos. No 1º perguntava-se em euros (€) a diferença que pretendiam pagar e no 2º em percentagem (%). No 1º inquérito as respostas foram as expectáveis com a maioria a responder 2€, seguido de 4€, 6€, etc. No segundo inquérito a resposta mais frequente foi 2,5% seguido de 20% e só depois 7,5%.

Conclusão

A análise comparativa dos dois inquéritos realizados através de metodologias diferentes mostrou que os resultados obtidos são praticamente idênticos. Em quase todas as questões se obteve concordância entre as respostas dos diferentes inquéritos salvo algumas exceções. Relativamente ao principal responsável do agregado familiar, no primeiro inquérito foi respondido em maioria ser o homem o principal responsável, já no segundo inquérito a maioria respondeu ser a mulher a principal responsável do agregado. Quanto à distribuição etária e às habilitações literárias do agregado é possível ver algumas diferenças marcantes; isto deve-se à diferença na metodologia utilizada. Na frequência de consumo de carnes também se observam algumas pequenas diferenças como é o caso da Carnalentejana e a carne de suíno. Relativamente à Carnalentejana, no primeiro inquérito a resposta mais selecionada pelos respondentes foi “nunca” consumir esta carne semanalmente, já no segundo inquérito a resposta mais selecionada foi “raramente”, o que demonstra um ligeiro aumento no consumo semanal desta carne. A carne de suíno, no primeiro inquérito foi dita como consumida em maior percentagem “2 a 3 dias” por semana enquanto no segundo inquérito decresce para “1 a 2 dias” por semana. Nas quantidades consumidas de bens alimentares também existiram algumas pequenas diferenças. O milho demonstra ser consumido em maior quantidade (semanal) no segundo inquérito, assim como o peixe, a fruta e a carne de bovino. Por outro lado os legumes apresentavam maior quantidade de consumo no primeiro inquérito. A principal diferença entre os dois inquéritos foi a resposta à pergunta sobre a evolução do consumo de carne bovina nos últimos cinco anos. No primeiro inquérito a resposta “Manteve” foi a que obteve maior percentagem, no segundo inquérito a resposta “Decresceu” foi a mais assinalada. As últimas diferenças entre inquéritos dizem respeito ao consumo de carne de modo de produção biológico e ao diferencial de preço que os consumidores estão dispostos a pagar por esta carne. Quanto ao consumo, os respondentes do primeiro inquérito admitem consumir mais carne de modo de produção biológico (69,72%) comparativamente aos respondentes do segundo inquérito (46,71%), mas relativamente ao diferencial de preço disposto a pagar por carne bovina de modo de produção biológico comparativamente à carne bovina convencional, são os respondentes do segundo inquérito que estão dispostos a pagar mais sendo a segunda resposta mais assinalada “20%” mais.

Constatou-se então que apesar de algumas diferenças analisadas entre inquéritos, os dois são bastantes coerentes e com resultados muito semelhantes onde o consumo de carne bovina é feito em média com maior frequência 2 a 3 dias por semana, em quantidades de 350g a 750g e em que o seu consumo tem vindo a decrescer ou a manter-se mas raramente a aumentar. As

carnes da marca Carnalentejana e a carne de bovino de modo de produção biológico são carnes ainda pouco consumidas pelos agregados familiares e pelas quais os consumidores não estão dispostos a pagar uma grande diferença de preço comparativamente à carne bovina convencional.

Anexo 3 – Inquérito realizado on-line ao consumidor

Consumo de Carne Bovina

Olá a todos, estou neste momento a realizar a minha Tese de Mestrado de Engenharia Zootécnica - Produção Animal, que tem como título "Cadeia de Carne Bovina em Portugal: a Carne "Biológica" e outras alternativas de Mercado. Assim sendo, peço-vos por favor que respondam a este Inquérito sobre o Consumo de Carne Bovina que fará parte da minha tese.

*Obrigatório

1. Número total de pessoas do agregado familiar *

2. Número de pessoas do agregado do sexo Masculino *

3. Número de pessoas do agregado do sexo Feminino *

4. Principal responsável do agregado familiar *

Marcar apenas um

Homem

Mulher

5. Idades no agregado familiar *

Marcar apenas um por linha.

	Nenhum membro	1 membro	2 membros	3 membros	4 membros	5 ou mais membros
0-14 anos						
15-19 anos						
20-59 anos						
>60 anos						

6. Habilitações Literárias do agregado familiar *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nenhum membro	1 membro	2 membros	3 membros	4 membros	5 ou mais membros
Sabe apenas Ler (não tem mais instrução)						
Tem apenas o ensino Básico (Primário; 2º e 3º ciclos)						
Tem apenas o ensino Secundário						
Tem ensino Superior						

1. Inquérito ao Consumo do Agregado

7. Frequência de Consumo de Bens Alimentar (por semana) *

Marcar apenas um por linha.

	Todos os dias	3-5 dias	2-3 dias	1-2 dias	Raramente	Nunca
Milho						
Arroz						
Feijão						
Pão						
Batata						
Legumes						
Óleo						
Azeite						
Açúcar						
Leite						
Carne de Bovino						
Carne de Bovino da marca Carnalentejana						
Carne de Suíno						
Carne de Aves						
Outras Carnes (coelho, borrego, etc.)						
Carnes "Biológicas"						
Peixe						
Ovos						
Frutas						

8. Quantidades consumidas de produto pelo agregado familiar (por semana) *

Pede-se uma estimativa do consumo do agregado familiar. Os valores () são valores aproximados

Marcar apenas um por linha.

	0g	0-200g	200-500g	500g-1kg	1-2kg	2-3kg	3-4kg	>4kg
Milho (lata = 150g)								
Arroz (pacote = 1 kg)								
Feijão (lata = 420g)								
Pão (pão Mafra = 500g; pão de forma = 450g; carcaça = 60g)								
Batata (batata unidade = 50g; Ultracongeladas = 1kg)								
Legumes (alface = 350g; Cenoura = 50g; tomate = 140g)								
Açúcar (1 pacote = 8g; presente em muitos alimentos)								
Carne de Bovino								
Carne de Bovino da Marca Carnalentejana								
Carne de Suíno								
Carne de Aves								
Carnes Biológicas								
Outras Carnes (coelho; borrego; etc)								
Peixe								
Ovos (1 unidade = 58g; 1 caixa de 6 unidades = 348g)								
Frutas (banana = 165g; laranja = 215g; maçã = 150g)								

9. Continuação (por semana) *

Pede-se uma estimativa do consumo do agregado familiar. Os valores () são valores aproximados.

Marcar apenas um por linha.

	0lt	0-0,2lt	0,2-0,5lt	0,5-1lt	1-2lt	2-3lt	3-4lt	>4lt
Óleo (1 embalagem = 1lt ou 3 lt)								
Azeite (1 embalagem = 0,75lt)								
Leite (1 embalagem = 1lt)								

10. Despesas do agregado familiar (por mês) (€) *

Marcar apenas um por linha.

	0	<500	500-1000	1000-1500	1500-2000	2000-2500	2500-3000	>3000
Alimentação								
Habitação								
Saúde								
Educação								
Vestuário								
Transporte								
Comunicação (telefone; telemóvel; internet, etc.)								
Outros								

11 Total despesas do agregado (€) *

Marcar apenas um.

	<500
	500-1000
	1000-1500
	1500-2000
	2000-2500
	2500-3000
	3000-4000
	>4000

2. Inquérito ao Consumo de Carne Bovina

12. De acordo com as suas respostas anteriores, consome Carne Bovina?

Se respondeu "Não" termine o seu inquérito enviando-o

Marcar apenas um.

	Sim
	Não

13. Frequência de Compra de Carne Bovina (dias por semana)

Marcar apenas um.

	Todos os dias
	3-5 dias
	2-3 dias
	1-2 dias
	Raramente

14. Evolução do Consumo de Carne Bovina nos últimos 5 anos

Marcar apenas um

	Decresceu
	Manteve-se
	Aumentou

15. Motivos que o(a) levam a comprar Carne de Bovino

Marcar tudo o que for aplicável.

Facilidade de Compra (estabelecimentos comerciais)	
Facilidade de Consumo	
Preço	
Refeições Ocasionais	
Satisfação (sabor)	
Saúde/Nutrição	
Segurança	
Tradição Familiar	

Outra:

16. Aspectos que considera relevantes no momento de compra

Marcar tudo o que for aplicável.

Aspectos qualitativos (Cor, teor de gordura, suculência, tenrura)	
Bem-estar animal	
Certificados (DOP, IGP, ETG)	
Informação nutricional	
Marca	
Modo de produção	
País de origem da carne	
Preço	
Preocupação ambiental	
Processamento (matadouro)	
Nenhum dos anteriores	

Outra:

17. Origem da Carne Bovina Consumida

Marcar tudo o que for aplicável.

Nacional	
Espanha	
Irlanda	
Reino Unido	
Polónia	
Uruguai	
Brasil	
Argentina	
Não sabe	

Outra:

3. Inquérito ao Consumo de Carne Bovina da marca Carnalentejana

18. Conhece a marca Carnalentejana?

Se responder "Não" continue o seu inquérito na Parte 4

Marcar apenas um.

Sim	
Não	

19. Já consumiu carne da mesma marca?

Se responder "Não" continue o seu inquérito na Parte 4

Marcar apenas um.

Sim	
Não	

20. Frequência de consumo de Carne de Bovino da marca Carnalentejana

Marcar apenas um.

Sempre	
Com frequência	
Às vezes	
Raramente	
Uma vez	

21. Que imagem tem da Carnalentejana comparativamente à Carne Bovina "Convencional"

Marcar apenas um

Muito melhor	
Melhor	
Igual	
Pior	
Muito Pior	

22. Se respondeu "Pior" ou "Muito Pior" indique por favor em poucas palavras a(s) razão(ões) da sua escolha

Caso contrário continue o seu inquérito na Pergunta seguinte

23. Principais aspectos que na sua opinião favorecem a Carnalentejana

Responda a esta Pergunta caso tenha seleccionado "Muito melhor", "Melhor" ou "Igual" na pergunta anterior

Marcar tudo o que for aplicável.

Aroma	
Aspecto mais Natural	
Bem-estar animal	
Cor da carne	
Incentivo Produção Nacional	
Mais Saudável	
Modo de Produção	
Publicidade / Marketing	
Sabor	
Segurança Alimentar	
Suculência	
Tenrura	
Teor de Gordura	

Outra:

24. Até que diferencial de preço está disposto a pagar pela Carnalentejana (€/kg)?

Marcar apenas um

1 – 3	
3 – 5	
5 – 7	
7 – 9	
> 9	
Não sabe	

4. Inquérito ao Consumo de Carne de Bovino "Biológica"

25. Conhece ou já ouviu falar em Carne "Biológica"? *

Se responder "Não" termine o seu inquérito enviando-o

Marcar apenas um

Sim	
Não	

26. Já consumiu Carne "Biológica"?

Se responder "Não" termine o seu inquérito enviando-o

Marcar apenas um.

Sim	
Não	

27. Exceptuando a Carne de Bovino, que outros tipo(s) de Carne(s) "Biológica(s)" consumiu?

Marcar tudo o que for aplicável.

Aves	
Borrego	
Suíno	
Outras Carnes (coelho, etc.)	
Nenhuma	

28. Já consumiu Carne de Bovino "Biológica"?

Se responder "Não" termine o seu inquérito enviando-o

Marcar apenas um

Sim	
Não	

29. Frequência de consumo de Carne de Bovino "Biológica"

Marcar apenas um.

Sempre	
Com frequência	
Às vezes	
Raramente	
Uma vez	

30. Que imagem tem da Carne de Bovino "Biológica" comparativamente à Carne Bovina "Convencional"?

Marcar apenas um.

Muito melhor	
Melhor	
Igual	
Pior	

Muito Pior	
------------	--

31. Se respondeu "Pior" ou "Muito Pior" indique por favor em poucas palavras a(s) razão(ões) da sua escolha

32. Principais aspectos que, na sua opinião, favorecem a Carne de Bovino "Biológica" Responda a esta pergunta caso tenha seleccionado "Muito melhor", "Melhor" ou "Igual" na pergunta anterior

Marcar tudo o que for aplicável.

Aroma	
Aspecto mais Natural	
Bem-estar animal	
Cor	
Mais Saudável	
Modo de Produção	
Publicidade / Marketing	
Sabor	
Segurança Alimentar	
Suculência	
Tenrura	
Teor de Gordura	

Outra:

33. Disponibilidade de Carne de Bovino "Biológica" nos locais de compras habituais

Marcar apenas um.

Sempre disponível nos locais onde habitualmente realiza compras	
Por vezes disponível nos locais onde habitualmente realiza compras	
Raramente disponível nos locais onde habitualmente realiza compras	
Nunca disponível nos locais onde habitualmente realiza compras	
Desloca-se a um estabelecimento diferente para comprar	

Outra:

34. Até que diferencial de preço está disposto a pagar pela Carne Biológica (€/kg)?

Marcar apenas um.

1 – 3	
3 – 5	
5 – 7	
7 – 9	
9 – 11	
11 – 13	
13 – 15	
> 15	
Não sabe	